



245 10

การศึกษาธุรกิจดอกไม้ในเมืองหาดใหญ่และสงขลา = ๑๖

Studies on Flower Business in Hatyai and Songkhla *๑๐๐, ๑๐๐, ๑๐๐*

100 ๑๖ ๑๖
รองศาสตราจารย์อำพร

วิริยโกศล

๑๐๐ ๑๖ ๑๖
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพัตรา

โมกขกุล *๑๐๐ ๑๖ ๑๖*

๑๐๐ ๑๖ ๑๖
นายบัณฑิต

ศักดิ์เรืองรอง *๑๐๐ ๑๖ ๑๖*

๑๐๐ ๑๖
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

Order Key	1๖430
BIB Key	1๒7023

๑๕๐ ๑๖๐

เลขที่	S8 243. A. T5 063
เลขทะเบียน	[2541๐] ค. 1
	- 9 ก.ย. 2541

บทคัดย่อ

ผลการวิจัยได้พบว่า ร้านขายดอกไม้ในเมืองหาดใหญ่-สงขลาแบ่งเป็น 2 ประเภทคืออาคารพาณิชย์และแผงลอย ร้านขายดอกไม้ที่เป็นอาคารพาณิชย์ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นโดยเฉลี่ย 290,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนโดยเฉลี่ย 35,000 บาทต่อเดือน ส่วนแผงลอยใช้เงินลงทุนเริ่มต้นโดยเฉลี่ย 9,600 บาท และเงินทุนหมุนเวียนโดยเฉลี่ย 11,000 บาทต่อเดือน นับว่าเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก ดอกไม้ส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย และการนำเข้าดอกไม้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง ดอกไม้บางส่วนสั่งมาจากกรุงเทพและภาคเหนือ และมีเพียงส่วนน้อยที่มาจากสวนในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา

สวนดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา เกือบทั้งหมดเป็นสวนขนาดเล็กมีผลผลิตน้อย จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ดอกไม้ที่นิยมปลูกมากที่สุดคือกุหลาบ ซึ่งมีคุณภาพดีกว่าดอกกุหลาบที่นำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย หรือที่สั่งมาจากกรุงเทพและภาคเหนือ แต่เนื่องจากจำหน่ายในราคาต่ำกว่า จึงได้รับความนิยมจากลูกค้า ในปี พ.ศ. 2541 สถานการณ์ของตลาดดอกกุหลาบในบริเวณหาดใหญ่-สงขลาจัดอยู่ในเกณฑ์ดีมาก แม้ว่าจะอยู่ในช่วงเศรษฐกิจของภูมิภาคถดถอยก็ตาม

ลูกค้าผู้ซื้อดอกไม้ส่วนมากคือประมาณ 2 ใน 3 เป็นสตรี ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี อาชีพนักเรียน-นักศึกษา และส่วนมากนิยมซื้อดอกกุหลาบเพราะความสวยงามและความทนทานกว่าดอกไม้อื่นๆ

โดยภาพรวม ธุรกิจดอกไม้มีแนวโน้มที่ดี มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นระบบและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตได้ ทั้งนี้เพราะความต้องการดอกไม้มีสูง โดยเฉพาะดอกกุหลาบ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางพัฒนาธุรกิจดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา ให้พัฒนา 2 ด้าน ด้านแรก ควรพัฒนาสวนดอกไม้ในบริเวณนี้ให้เป็นสวนขนาดใหญ่ใช้เทคโนโลยีสูงขึ้น เพื่อให้ได้ดอกไม้ที่มีคุณภาพดีกว่าปัจจุบัน และให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ด้านที่สอง ควรพัฒนาด้านการจัดดอกไม้ โดยส่งเสริมการให้ความรู้แก่ลูกค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการใช้สวนดอกไม้หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยใช้ไม้ดอกไม้ประดับ เป็นปัจจัยหนึ่งของการพัฒนา

ABSTRACT

This investigation identifies 2 types of flowers shops, those who operate in proper shops and those who operate from stalls. A proper shop on the average uses 290,000 baht as starting fund and 35,000 baht per month as working capital, while a stall on the average uses 9,600 baht as starting fund and 11,000 baht per month as working capital. Flower retailing appears to be a low capital business. Most flowers are imported from Malaysia, some are ordered from Bangkok and Northern Thailand, only a small portion of flowers are produced from gardens in Hatyai-Songkhla.

Most gardens in Hatyai-Songkhla are small. Their produces are insufficient for the demand of customers. Roses are their major produces. The quality of locally produced roses are lower than those imported from Malaysia or those ordered from Bangkok and Northern Thailand. Locally produced roses, however, find their customers through a lower price. In 1998, the flower retailing market is considered highly attractive despite the apparent regional economic downturn.

Most of the customers, about two third of all customers, are female, aged 20-25. Most of customer profession is student. Most of the customers select roses over other flowers due to their beautiful appearance and durability.

It appears that flower retailing business in Hatyai-Songkla has a good prospect and has potential for systematically development into a higher value-added business. The demand for flowers are high particularly for roses.

Based on the result of this study, two approaches for the development of flower retailing business are suggested, The first approach is the upgrading of small flower gardens into larger gardens using higher technology for a higher quality of flowers and sufficient volume of produces to satisfy the demand. The second approach is the development of flower arrangement and customer education. This

approach may cover the organizing activities concerning the promotion of flowers and decorating plants which will also support the regional tourism promotion. The use of flower gardens as tourist attraction need to be encouraged . The use of flowers and decorating plants as a factor in tourist area development should be seriously explored.

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	I
ภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
รายการตาราง.....	VII
รายการภาพประกอบ.....	IX

บทที่

1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ระเบียบวิธีวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
เนื้อหารายงานผลวิจัย.....	7
เอกสารอ้างอิง.....	8
2. แนวคิดเชิงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเชิงทฤษฎี.....	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
เอกสารอ้างอิง.....	36
3. ผลการวิจัย : ร้านขายดอกไม้ในภาคใหญ่-สงขลา.....	38

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย : สวนดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา.....	60
5. ผลการวิจัย : พฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้.....	71
6. ข้อเสนอแนะ.....	84
ข้อเสนอแนะ.....	84
ข้อเสนอแนะ.....	87
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	91

รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	5
2-1	10
2-2	11
2-3	31
3-1	39
3-2	41
3-3	42
3-4	43
3-5	44
3-6	44
3-7	45
3-8	46
3-9	47
3-10	48
3-11	49
3-12	49
3-13	50
3-14	51
3-15	52
3-16	53
3-17	53
3-18	54
3-19	55

ตารางที่	หน้า
3-20 ลักษณะของทำเลที่ตั้งที่ดี.....	56
3-21 ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน.....	56
3-22 ภาวะการแข่งขันในอนาคต.....	57
3-23 ข้อจำกัดและปัญหาของการค้าดอกไม้ ตามข้อคิดเห็นของร้านค้า.....	58
3-24 ข้อจำกัดและปัญหาของการค้าดอกไม้ ตามข้อคิดเห็นของแผงลอย.....	59
4-1 สถานที่ตั้งขอสวนดอกไม้ ซึ่งให้ความร่วมมือตอบคำถาม.....	61
4-2 ขนาดพื้นที่ทำการเพาะปลูก.....	61
4-3 ชื่อดอกไม้ที่ปลูก.....	62
4-4 เหตุผลในการเลือกชนิดของดอกไม้มาปลูก.....	63
4-5 สถานการณ์ของตลาดดอกไม้.....	64
4-6 สถานการณ์ของตลาดพันธุ์ไม้.....	64
4-7 เงินลงทุนเริ่มต้น ไม่รวมค่าที่ดิน.....	65
4-8 เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน.....	66
4-9 แนวความคิดในการกำหนดราคาขายดอกไม้.....	67
4-10 กลุ่มลูกค้า.....	68
4-11 ภาวะของการแข่งขัน.....	69
5-1 อายุของผู้ซื้อดอกไม้.....	72
5-2 อาชีพของผู้ซื้อดอกไม้.....	73
5-3 รายได้ต่อเดือนของผู้ซื้อดอกไม้.....	73
5-4 ร้านหรือแผงลอยที่นิยมซื้อดอกไม้มากที่สุด.....	75
5-5 ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อดอกไม้ในหนึ่งปี.....	76
5-6 เหตุผลที่ทำให้นิยมซื้อจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ.....	77
5-7 จำนวนเงินที่ใช้ซื้อดอกไม้ในหนึ่งปี.....	78
5-8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อดอกไม้จากร้านค้าหรือแผงลอย.....	79
5-9 ดอกไม้ที่ชอบซื้อ.....	80
5-10 เหตุผลในการเลือกชนิดดอกไม้ที่ซื้อ.....	81
5-11 ข้อเสนอแนะในฐานะผู้ซื้อดอกไม้.....	82

รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2-1 แผนผังแสดงการซื้อขายคอกไม้ในประเทศไทย.....	12
2-2 การเติบโตของธุรกิจร้านขายปลีกคอกไม้.....	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปแล้วว่าจังหวัดสงขลา (โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอหาดใหญ่) เป็นศูนย์กลางของภาคใต้ที่มีศักยภาพและความพร้อมในตัวเองค่อนข้างสูงต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคต ดังจะเห็นได้จากรายงานภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2540 (ธนาคารแห่งประเทศไทย สาขาภาคใต้ : 5-6) ซึ่งได้ชี้ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ณ สิ้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2540 ดังนี้

จำนวนสำนักงานสาขาของธนาคารพาณิชย์	จำนวน	83	แห่ง
ยอดเงินฝากธนาคารพาณิชย์	จำนวน	54,575.8	ล้านบาท
ยอดสินเชื่อธนาคารพาณิชย์	จำนวน	61,152.6	ล้านบาท
จำนวนชาวต่างประเทศที่ผ่านการตรวจคนเข้าเมือง	จำนวน	901,287	คน

นอกจากนี้แผนพัฒนาของเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2537 ในฐานะองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นได้ระบุว่าหาดใหญ่มีสถานภาพเป็นศูนย์กลางพาณิชย์กรรม และการขนส่งในภาคใต้ และจะทวีความสำคัญในการเป็นศูนย์กลางการค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและการค้าขายกับต่างประเทศ คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ (เทศบาลเมืองหาดใหญ่ , 2537 : 29-30)

ในระดับประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ได้กำหนดเมืองศูนย์กลางในภูมิภาคที่ด้อยพัฒนาโดยเร่งด่วน ซึ่งประกอบด้วย ขอนแก่น อุบลราชธานี ลำปาง เชียงใหม่ สงขลา-หาดใหญ่ ชัยนาท ชลบุรี และเพชรบุรี และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ได้กำหนดกลยุทธ์การกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาค โดยการเสริมสร้างและพัฒนาจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงในภูมิภาคต่างๆ ให้เป็นจังหวัดศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค 9 จังหวัด คือ

ศูนย์กลางของภาคเหนือ	ได้แก่	เชียงใหม่ , พิชณุโลก , นครสวรรค์
ศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ได้แก่	นครราชสีมา , ขอนแก่น
ศูนย์กลางของภาคใต้	ได้แก่	สงขลา , สุราษฎร์ธานี
ศูนย์กลางของภาคกลาง	ได้แก่	สระบุรี
ศูนย์กลางของภาคตะวันตก	ได้แก่	ราชบุรี

ซึ่งผลการดำเนินงานนโยบายกระจายอุตสาหกรรมไปสู่ภูมิภาคในช่วง 2 ปีแรกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ปรากฏว่าจังหวัดเป้าหมายที่ประสบผลสำเร็จค่อนข้างสูงมี 4 จังหวัด คือ เชียงใหม่ นครราชสีมา สงขลา และสระบุรี (จรัส สุวรรณมาลา, 2538 : 4-3 , 4-8)

ภายใต้การขยายตัวของเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา พบว่าภาคเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวของสินค้าค่อนข้างสูง คือธุรกิจค้าปลีกและส่ง กล่าวคือ ณ สิ้นปี 2540 มียอดสินค้าของธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง รวมจำนวน 22,436.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2539 ในอัตรา 8.1 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งในบรรดาธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งเหล่านี้ ธุรกิจดอกไม้จัดเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นธุรกิจที่เชื่อกันว่ามีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว การโรงแรม และภัตตาคาร ซึ่งธุรกิจดอกไม้ในที่นี้ หมายถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของดอกไม้ 3 ประเภท คือ ดอกไม้สด ดอกไม้แห้ง และดอกไม้ประดิษฐ์

ธุรกิจดอกไม้้นอกจากจะเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และสนับสนุนการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีศักยภาพที่ควรส่งเสริมให้เป็นธุรกิจหลักอย่างหนึ่งของบริเวณเมืองหาดใหญ่และสงขลา ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันดอกไม้จัดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ใช้ในการตกแต่งสถานที่ รวมถึงการมอบให้กันในโอกาสที่สำคัญต่างๆ มากมาย ดังนั้นความต้องการใช้ดอกไม้ในวัตถุประสงค์ดังกล่าววันจะมีมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีการขยายตัวด้านการผลิตและการตลาด ตามไปด้วย

ในขณะที่ธุรกิจดอกไม้ดังกล่าวกำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่การศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจดอกไม้ยังมีได้มีการศึกษากันอย่างจริงจังในเรื่องต่างๆ เช่น ปัจจัยสนับสนุนต่อการเติบโตของธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจ รวมถึงการประเมินสถานภาพและศักยภาพของธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้หากได้มีการศึกษาในประเด็นต่างๆ ข้างต้นอย่างจริงจังแล้ว จะทำให้การพัฒนาธุรกิจ

ดอกไม้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น นั้นหมายถึง ธุรกิจที่ต่อเนื่องจะได้รับการพัฒนาอีกมากมาย เช่น

- การปลูกดอกไม้สด และใบไม้ประดับ
- การบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่ง
- การค้าส่งดอกไม้สด
- การค้าปลีกดอกไม้สด
- การจัดดอกไม้
- การผลิตดอกไม้แห้ง
- การผลิตดอกไม้ประดิษฐ์
- การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้ธุรกิจดอกไม้เป็นสื่อ เป็นต้น

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นงานวิจัยที่มีเป้าหมายจะรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพของธุรกิจดอกไม้ในบริเวณเมืองหาดใหญ่และสงขลา ทั้งนี้เพื่อช่วยกันผลักดันให้ธุรกิจดอกไม้เป็นธุรกิจหลักที่นำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมในท้องถิ่นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อให้ทราบอุปสงค์ อุปทานของดอกไม้ และโครงสร้างของธุรกิจดอกไม้ในอำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
- 1.2.2 เพื่อให้ทราบศักยภาพของอำเภอหาดใหญ่ ในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางตลาดดอกไม้ในภาคใต้ และในเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ
- 1.2.3 เพื่อให้ทราบถึงแนวทางที่จะพัฒนาธุรกิจดอกไม้ให้เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added) ของสินค้าประเภทดอกไม้

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อให้มีข้อมูลพื้นฐานแสดงให้เห็นความสำคัญ ปัญหาและศักยภาพของธุรกิจคอกไม้
- 1.3.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้นำผลการวิจัยไปประกอบการพิจารณา เพื่อพัฒนาให้อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางตลาดคอกไม้ทุกประเภทต่อไป ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งเสริมคุณภาพของธุรกิจ และบริการ ที่จะต้องใช้คอกไม้
- 1.3.3 นักวิชาการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันเพื่อประโยชน์กับการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี และปริญญาโทต่อไป

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะธุรกิจคอกไม้ที่หมายถึงผลิตภัณฑ์จากคอกไม้ 3 ประเภท คือ คอกไม้สด คอกไม้แห้ง และคอกไม้ประดิษฐ์ โดยครอบคลุมพื้นที่ในบริเวณอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ทั้งนี้จะศึกษาในด้านการผลิต ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การบริหาร และระบบงาน

1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

1.5.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างซึ่งใช้ในการวิจัยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยแบ่งตัวอย่างที่จะศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ตามตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 3 กลุ่ม

ที่	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนเท่าที่สำรวจพบ (ราย)	จำนวนตัวอย่างที่ใช้ (ราย)
1	ร้านขายดอกไม้	145	70
2	สวนดอกไม้	20	8
3	ผู้ซื้อดอกไม้	-	344

1.5.2 แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดแบบแผนการวิจัยผสมผสานกันระหว่าง การวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) การสำรวจ (Survey Research) และการเฝ้าสังเกต (Observatory Research)

- การวิจัยจากเอกสาร จะศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เป็นข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data)
- การสำรวจ จะใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคล (Individual Interview) โดยจะใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Dept. Intensive Interview) ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data)
- การเฝ้าสังเกต โดยไม่บอกให้กลุ่มตัวอย่างทราบ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิเพิ่มเติมจากการสำรวจ

ทั้งนี้ ในการเก็บข้อมูลได้ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม 2540 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2541

1.5.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 3 ลักษณะ ดังนี้

ลักษณะที่ 1 กำหนดคำตอบไว้เรียบร้อย และคำตอบที่กำหนดไว้ เป็นคำตอบที่แน่นอน 2 คำตอบ (Dichotomous)

ลักษณะที่ 2 กำหนดคำตอบไว้เรียบร้อย และคำตอบที่กำหนดไว้นั้นมี มากกว่า 2 คำตอบ หรือให้เลือกตอบจากรายการที่กำหนดให้ (Check List)

ลักษณะที่ 3 มิได้กำหนดคำตอบไว้ โดยให้ตอบอิสระได้

1.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จะจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

กลุ่มที่ 1 ร้านขายดอกไม้

กลุ่มที่ 2 สวนดอกไม้

กลุ่มที่ 3 ผู้ซื้อดอกไม้

โดยข้อมูลของแต่ละกลุ่ม จะวิเคราะห์ด้วยการคำนวณเป็นอัตราร้อยละ (Percentage)

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

จากการศึกษานี้ จะนิยามศัพท์เฉพาะ ดังต่อไปนี้

1.6.1 ธุรกิจดอกไม้ หมายถึงธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับดอกไม้สด ดอกไม้แห้งและดอกไม้ประดิษฐ์

1.6.2 ดอกไม้สด หมายถึงไม้ตัดดอกที่ตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือช่อ เพื่อใช้ในการประดับตกแต่งเท่านั้น

1.6.3 ดอกไม้แห้ง หมายถึงดอกไม้สดที่นำมาผ่านกรรมวิธีอบหรือตากให้แห้ง แล้วนำไปประดับหรือตกแต่ง

- 1.6.4 ดอกไม้ประดิษฐ์ หมายถึงดอกไม้ที่ประดิษฐ์จากวัสดุต่างๆ โดยการเลียนแบบดอกไม้จริง แล้วนำไปประดับหรือตกแต่ง
- 1.6.5 ร้านขายดอกไม้ หมายถึงร้านค้าหรือแผงลอยที่ดำเนินธุรกิจดอกไม้สดหรือดอกไม้แห้ง หรือดอกไม้ประดิษฐ์
- 1.6.6 สวนดอกไม้ หมายถึงพื้นที่ที่ใช้ในการปลูกหรือผลิตดอกไม้
- 1.6.7 ผู้ซื้อดอกไม้ หมายถึงองค์กรของรัฐหรือองค์กรของเอกชน หรือบุคคลทั่วไปที่มีพฤติกรรมในการซื้อดอกไม้ เพื่อสนองความต้องการใช้ของคน

1.7 เนื้อหารายงานผลวิจัย

รายงานผลการวิจัยฉบับนี้ จะประกอบด้วยเนื้อหารวมทั้งสิ้น 6 บท ในแต่ละบทจะมีเนื้อหาโดยสรุป ดังนี้

- บทที่ 1 บทนำ : จะเป็นการมองภาพรวมของความสำคัญและที่มาของปัญหาวัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับขอบเขตการศึกษาระเบียบวิธีวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัยครั้งนี้
- บทที่ 2 แนวคิดเชิงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง : จะรวบรวมเกี่ยวกับประเด็นแนวคิดจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- บทที่ 3 ผลการวิจัย : ร้านขายดอกไม้ในภาคใหญ่-สงขลา จะนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจของร้านขายดอกไม้ในบริเวณอำเภอภาคใหญ่และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา
- บทที่ 4 ผลการวิจัย : สวนดอกไม้บริเวณภาคใหญ่-สงขลา จะนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับสวนดอกไม้ในบริเวณอำเภอภาคใหญ่ และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา
- บทที่ 5 ผลการวิจัย : พฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้ จะนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อดอกไม้ โดยครอบคลุมพื้นที่บริเวณอำเภอภาคใหญ่ และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา
- บทที่ 6 ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ : เป็นการรวบรวมผลการวิจัยเกี่ยวกับร้านขายดอกไม้ สวนดอกไม้ และผู้ซื้อดอกไม้ รวมถึงการนำเสนอข้อเสนอแนะที่ควรจะเป็น อันเป็นผลมาจากการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

จรัส สุวรรณมาลา. “การปฏิบัติการคลังเพื่อการกระจายความเจริญ , การสัมมนาทางวิชาการ
ประจำปี 2538 การกระจายความเจริญในประเทศไทย. 4 มีนาคม 2538 , 4-8.

เทศบาลเมืองหาดใหญ่ , แผนพัฒนาประจำปี 2537 , ม.ป.ท. 2537.

ธนาคารแห่งประเทศไทย สาขาภาคใต้. ภาวะเศรษฐกิจ จังหวัดสงขลา ปี 2540.
ม.ป.ท. : ม.ป.ป.

บทที่ 2

แนวคิดเชิงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเชิงทฤษฎี

ปัจจุบันไม้ตัดคอกนับว่ามีบทบาทสำคัญมากในหลายๆ ประเทศ ธุรกิจไม้ตัดคอกเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้แก่เจ้าของได้เป็นอย่างดี และกำลังขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นผลให้สามารถทำรายได้ให้กับประเทศได้คืออีกทางหนึ่ง

ประเทศไทยมีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของไม้ตัดคอกหลายประการ อาทิเช่น อุณหภูมิ แสงสว่าง ความชื้นและน้ำ เป็นต้น ซึ่งทำให้เหมาะสมในการปลูกไม้ตัดคอก อันจะนำมาซึ่งการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติได้อีกระดับหนึ่ง

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีการปลูกไม้ตัดคอกเพื่อจำหน่ายและมีการขยายตัวเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศและเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น

(คณัช บุญยเกียรติ 2535 : 1-2)

โครงการหลวงฯ จึงได้ส่งเสริมให้เกษตรกรบนที่สูงปลูกคอกไม้ เพื่อทดแทนรายได้จากการปลูกพืช เช่นในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ไม้ตัดคอกที่ปลูกกันในพื้นที่ซึ่งมีความสูงตั้งแต่ 1,000 เมตรขึ้นไป ได้แก่ เบญจมาศ คาร์เนชั่น เซอบีร่า และจิบไซฟิลล่า สำหรับพื้นที่ซึ่งมีความสูงต่ำกว่า 10,000 เมตรลงมา มีการปลูกเบญจมาศ กุหลาบ แกลดิโอลัส และแอสเตอร์

คณัช บุญยเกียรติ (2535 : 4) ได้สรุปชนิดของคอกไม้ที่ผลิตเป็นการค้าในปัจจุบันมีจำนวน 18 ชนิด ดังนี้

1. กุหลาบคอกเดี่ยว และกุหลาบหนู
2. คาร์เนชั่นคอกเดี่ยว และคอกช่อ
3. เบญจมาศคอกเดี่ยว และคอกช่อ
4. แกลดิโอลัส
5. แอสเตอร์
6. จิบไซฟิลล่า
7. ไอริส
8. อัลสไครมีเรีย

9. ถิลลี่
10. เชอปีร่า
11. สแคตติส
12. แคสเปียร์
13. ปักษาสวรรค์
14. กกล้วยไม้สกุลหวาย
15. กกล้วยไม้สกุลเข็มมีเคียม
16. บัวสวรรค์ ปทุมมา
17. หน้าวัว
18. ฟีนิกซ์

ในปี พ.ศ. 2523 กรมส่งเสริมการเกษตรได้สรุปพื้นที่การปลูกไม้ตัดดอกที่สำคัญในภาคต่างๆของประเทศไทย และมูลค่าการนำเข้าดอกไม้ของประเทศภายในช่วงเวลาต่างๆ ดังตารางที่ 2-1 และตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-1 พื้นที่การปลูกไม้ตัดดอกที่สำคัญในภาคต่างๆ ของประเทศไทย
ซึ่งสำรวจในปี พ.ศ. 2523 (จาก กรมส่งเสริมการเกษตร , 2524)

ชนิดของ ดอกไม้	พื้นที่						รวม
	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียง เหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	ภาคใต้	
กุหลาบ	278.48	292.00	351.32	43.75	434.38	130.75	1,530.68
เกอทิโอไซด์	31.13	50.00	0.15	-	-	-	31.78
ช่อนกถิ่น	03.00	51.00	32.13	-	20.00	03.00	109.13
ดาวเรือง	46.70	162.75	73.25	5.25	106.00	88.05	482.45
เบญจมาศ	50.63	144.00	422.00	4.25	8.25	55.50	684.63
เชอปีร่า	161.75	210.08	862.25	12.25	36.50	159.75	1,443.30
หน้าวัว	02.00	-	2.30	1.00	-	09.05	14.88
แอสเตอร์	94.88	-	180.00	-	-	-	274.88
รวม	668.59	661.05	1,923.48	66.05	605.13	447.00	4,571.73

ตารางที่ 2-2 มูลค่าการนำเข้าดอกไม้ของประเทศไทยในช่วงเวลาต่างๆ
(จาก กรมส่งเสริมการเกษตร 2524 : อรดี, 2529)

ท.ศ.	มูลค่า (บาท)
2518	13,085
1519	5,094
2520	13,572
2521	44,783
2522	24,971
2523	30,064
2524	1,042,575
2525	2,512,182
2526	5,514,202
2527	8,913,873
2528	2,625,344
รวม	26,739,745

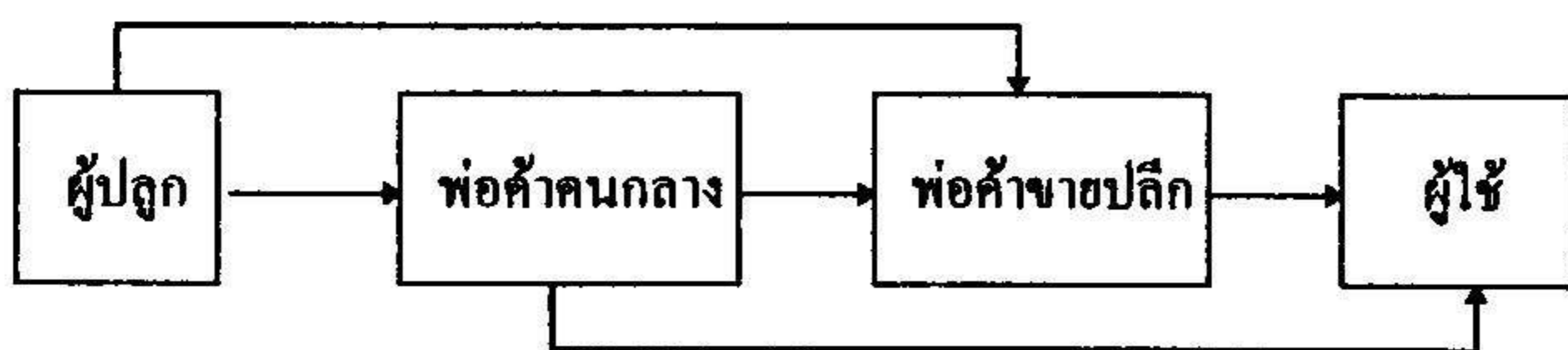
หมายเหตุ มูลค่า (บาท) ปี 2528-2523 จากกรมส่งเสริมการเกษตร และ
2524-2528 จาก อรดี

2.1.1 ระบบตลาดของดอกไม้ในประเทศไทย

สายชล เกตุษา (253 : 234-235) ได้กล่าวถึงระบบการตลาดของดอกไม้ในประเทศไทยว่าการซื้อดอกไม้ในประเทศไทยสามารถแสดงได้ดังในภาพที่ 2-1 ตลาดดอกไม้ที่ปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร เป็นตลาดขายส่งดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดและสำคัญที่สุด ผู้ปลูกจะนำดอกไม้มาขายให้กับพ่อค้าคนกลาง พ่อค้าขายปลีกจะมาซื้อดอกไม้จากพ่อค้าขายส่ง หรือพ่อค้าขายปลีกอาจจะซื้อดอกไม้

โดยตรงจากผู้ปลูกที่นำดอกไม้มาขายที่ปากคลองตลาดก็ได้ ขณะเดียวกันผู้ใช้อาจจะซื้อดอกไม้จากพ่อค้าคนกลางที่ได้ซื้อดอกไม้จากผู้ปลูกหรือจากผู้ปลูกที่นำดอกไม้มาขาย

ภาพที่ 2-1 แผนผังแสดงการซื้อขายดอกไม้ในประเทศไทย



2.1.2 ไม้ตัดดอก

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามคำว่า ไม้ตัดดอก (Cut Flower Plants) ไว้ดังนี้

1. เป็นไม้ดอกชนิดที่ปลูกไว้เพื่อตัดดอกจากต้นมาใช้หรือจำหน่าย เช่น เขอบีร่า กุหลาบบางชนิด หน้าวัว เบญจมาศ เป็นต้น คุณภาพ หรือคุณสมบัติของไม้ตัดดอกที่ดีคือ

- 1.1 มีดอกงาม รูปลักษณะงาม สีต้นสะดุดตา และอยู่ในความนิยม
- 1.2 มีก้านดอกยาวและแข็ง นำมาปักแจกันหรือจัดดอกไม้ได้ดี
- 1.3 มีความทนทาน เช่น กลีบดอกหนา ไม่เหี่ยวแห้งได้ง่าย หรือร่วงโรยเหี่ยวแห้งเร็วเกินไป
- 1.4 เป็นพันธุ์ไม้ที่มีดอกคลกและออกดอกได้ตลอดปีได้ยิ่งดี
- 1.5 เป็นพันธุ์ไม้ดอกที่ปลูก ดูแล รักษา และขยายพันธุ์ได้ไม่ยากนัก

(สุนทร ปุณโณทก , 2522 :7-8)

2. เป็นไม้ดอกที่ปลูกเพื่อตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือช่อดอกไปจำหน่ายหรือใช้ประโยชน์ เช่น กุหลาบ เบญจมาศ หน้าวัว เขอปีร่า คาวเรือง แอสเตอร์ แกลดิโอลัส คาร์เนชัน สแตลิส ดอกบัวหลวง และอื่นๆ ซึ่งไม้ดอกดังกล่าวจะถูกตัดไปใช้ประโยชน์พร้อมทั้งก้านดอกด้วย ดังนั้นจำเป็นต้องมีก้านดอกยาว และแข็งแรง ดอกบานทนนานวัน บรรจุหีบห่อได้ง่าย ไม่เกะกะไม่กินที่ มีน้ำหนักเบา อีกทั้งเก็บรักษาได้นาน ขนส่งได้สะดวก ยังมีไม้ดอกอีกหลายชนิดที่มีก้านดอกสั้น ก้านกลวงและเปราะหักง่าย แต่ดอกสวยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี โดยการนำเฉพาะส่วนดอกไปร้อยพวงมาลัยและทำอุบะหรือปักแจกัน โดยใช้ก้านเทียม ไม้ดอกดังกล่าว ได้แก่ มะลิ รัก ทูค บานไม่รู้โรย จำปี จำปา และอื่นๆอีกมาก อาจนำไปจัดพานพุ่ม จัดหรีด ตลอดจนใช้ประโยชน์ในรูปดอกไม้แห้งก็ได้

(สมเพียร เกษมทรัพย์, 2525 : 3)

3. เป็นพรรณไม้ที่ปลูกเพื่อที่จะตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือทั้งช่อดอกเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านสุนทรีย์ เช่น ปักแจกัน ประดับสถานที่ เป็นช่อดอกไม้มอบเป็นของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ ดอกไม้ประเภทนี้มักจะมีก้านยาว บานทน มีคุณสมบัติในการบรรจุหีบห่อ เก็บรักษา และขนส่งได้ดีกว่าดอกไม้ชนิดอื่นๆ

(กองส่งเสริมพืชพันธุ์ กรมส่งเสริมการเกษตร, 2534 : 12)

4. เป็นไม้ดอกที่ปลูกเพื่อจะตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือช่อดอกไปใช้ประโยชน์ ลักษณะสำคัญของไม้ดอกประเภทนี้ คือ ก้านดอกยาว ดอกบานได้นานวัน มีคุณสมบัติในการเก็บรักษา การบรรจุหีบห่อและการขนส่งที่ดี ไม้ตัดดอกที่สำคัญ ซึ่งมีการส่งเสริมให้ผลิตจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก ได้แก่ กุหลาบ แกลดิโอลัส ช่อนกลั่น คาวเรือง เขอปีร่า หน้าวัว เป็นต้น (กันธา เหมพัฒน์, 2535 : 43)

สาขชล เกตุษา (2531 : 1) ได้แบ่งไม้ตัดคอกออกเป็น 2 ชนิด ตามจำนวนคอกที่ติดอยู่บนต้น หรือก้านคอก ดังนี้

1. คอกไม้ที่มีคอกเดียวอยู่บนก้านคอกหรือลำต้นหลังการตัดแล้ว เช่น กุหลาบ เบญจมาศ หน้าวัว และคาร์เนชั่น
2. คอกไม้ที่มีหลายคอกรวมกันอยู่บนก้านหรือลำต้นหลังการตัดแล้ว เช่น กกล้วยไม้ (ชกเว้น แคลทียา) กุหลาบหนู คาร์เนชั่น และเบญจมาศช่อ (Spray Type) แกลดิโอลัส จิบไซฟิลล่า ถิ่นมังกร และแอสเตอร์

สุวิธา พัฒนเกียรติ และพัฒนา สุขประเสริฐ (2538 : 19-44) ได้กล่าวถึงไม้ตัดคอกไว้ว่า ไม้ตัดคอกเป็นพืชที่ประชาชนได้นำมามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นได้ทั้งอาหารตาและอาหารใจ คนไทยมักนิยมนำมาใช้บูชาพระ ใช้ในพิธีต่างๆ เช่น พิธีทางศาสนา พิธีมงคลต่างๆ ตลอดจนนำมาใช้ตกแต่งบ้านเรือน สำนักงาน ร้านค้า สวนสาธารณะ เป็นต้น จึงทำให้ปริมาณและชนิดของคอกไม้ที่นิยมมีมากขึ้นเรื่อยๆ ธุรกิจไม้ตัดคอกและไม้ประดับจึงเจริญรุ่งเรืองขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตคอกไม้ให้มีคุณภาพ มีการปรับปรุงพันธุ์แปลกๆ ใหม่ๆ ให้ทันกับความต้องการของตลาด มีการบรรจุหีบห่อ การขนส่ง และจัดจำหน่ายที่ดีขึ้น

ในประเทศไทยปลูกไม้ตัดคอกรวมกันทั้งสิ้นประมาณ 40,000 ไร่ ที่นิยม เช่น กกล้วยไม้ กุหลาบ เบญจมาศ ดาวเรือง และเมื่อพิจารณาถึงความต้องการกับอัตราการขยายตัวแล้วพบว่าร้านจำหน่ายคอกไม้มีความต้องการไม้คอกเมืองหนาวมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้พื้นที่การปลูกไม้คอกเมืองหนาวมีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ก็ยังไม่พอกับความต้องการ ดังนั้น ในปีพ.ศ. 2536 จึงอาศัยการนำเข้าจากประเทศเนเธอร์แลนด์ มาเลเซีย ศรีลังกา ออสเตรเลีย และประเทศอื่นๆ รวมมีมูลค่าประมาณ 36 ล้านบาท

ไม้ตัดคอกเมืองร้อนจึงเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นเช่นกัน ได้แก่ จิงแดง จิงชมพู เฮติโคเนีย คาหลา และปทุมมา

ไม้ตัดคอกที่นิยมใช้กันมากเรียง 10 ลำดับแรกของโลก ได้แก่

1. กุหลาบ
2. ทิวลิป
3. เบญจมาศ

4. คาร์เนชั่น
5. กิลลี่
6. ฟรีเซีย
7. เขอบีร่า
8. กัลวอไม้ (จิมบีเคียม)
9. จิบไซฟิลล่า
10. อัลสโครมีเรีย

ประเทศที่มีการใช้ไม้ตัดดอกมากที่สุด ได้แก่ 3 ประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและอิตาลี สำหรับประเทศที่ส่งไม้ตัดดอกออกสู่ตลาดโลกมากที่สุดคือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ โคลัมเบีย และอิสราเอล

ไม้ตัดดอกสามารถจำแนกประโยชน์ตามการใช้งานได้ ดังนี้

1. Institutional Use คือการใช้ดอกไม้ตามสถาบันต่างๆ เช่น ตามโรงแรม ภัตตาคาร สำนักงาน และสถาบันต่างๆ
2. Flower Arrangement and Retail Stores คือการใช้ดอกไม้ในกิจกรรมการจัดดอกไม้ การจำหน่ายปลีกดอกไม้ตามร้านขายดอกไม้ทั่วไป
3. Household Use คือการใช้ดอกไม้สำหรับการประดับตกแต่งบ้านและการใช้ดอกไม้เป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ

ไม้ตัดดอกที่ปลูกในประเทศไทยมีมากมายหลายชนิด บางชนิดสามารถปลูกได้ดีในแต่ละภูมิภาค เนื่องจากไม้ตัดดอกต่างชนิดมีความต้องการสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป เช่น ในภาคกลางสามารถปลูกกุหลาบ กัลวอไม้ และเขอบีร่า ในขณะที่ภาคเหนือสามารถปลูกคาร์เนชั่น สแคดิส และจิบไซฟิลล่า เพราะดอกไม้เหล่านี้มีความต้องการอุณหภูมิค่อนข้างต่ำ ดังนั้นภูมิภาคที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกันทำให้มีการปลูกไม้ตัดดอกที่แตกต่างกัน อุทัย จารณศรี (2534 : 16) กล่าวว่าในปัจจุบันไม้ตัดดอกบนที่สูง เช่น คาร์เนชั่น กุหลาบ เขอบีร่า เบญจมาศ และกิลลี่ ได้มีการปลูกทดแทนการนำเข้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างช้าๆ แต่ฤดูกาลที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิตยังคงมีการนำเข้าจากต่างประเทศอยู่เสมอ ในอนาคตยังคงต้องแก้ปัญหาเรื่องน้ำท่าธารบนที่สูง จนมีน้ำเพียงพอต่อการชลประทานที่เป็นหัวใจของการผลิตดอกไม้เหล่านี้เป็นการค้าได้สำเร็จ และมีดอกไม้เพียงพอในประเทศตลอดปี ไม่ต้อง

นำเข้าจากต่างประเทศ แล้วค่อยก้าวต่อไปเป็นประเทศผู้ส่งออกในที่สุด ไม้ตัดดอกเมืองร้อนอื่นๆ ที่อาจพัฒนาขึ้นจนถึงขนาดส่งออกที่น่าสนใจขณะนี้ คือ หน้าวัว ขิงแดง เฮลิโคเนีย ไม้กิ่งเมืองร้อน หรือบนเขาที่น่าจะพัฒนาได้ ที่ส่งออก คือ พวงโปรเพ็ช ปักษาสวรรค์

ปิฎระ บุณนาค (2523 : 1-5) ได้กล่าวถึงแหล่งผลิตไม้ดอกไม้ประดับ โดยได้เสนอแนวความคิดว่าถ้าภาคใต้เป็นแหล่งผลิตไม้ดอกไม้ประดับเมืองร้อนเพื่อการค้าแล้ว จะทำกำไรได้มากมายเหมือนกัน ด้วยเหตุผลที่พอสรุปได้ 2 ประการ ดังนี้

1. ภาคใต้เป็นแหลมยื่นลงไปในทะเล สภาพคล้ายๆ เกาะที่มีทะเลล้อมรอบ ซึ่งหมู่เกาะต่างๆ ในโลกนี้เป็นแหล่งกำเนิดสำคัญของพันธุ์ไม้มากมายหลายชนิด ในภาคใต้หากได้มีการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเมืองร้อน จะได้เปรียบกว่าภาคอื่นๆ มากที่สุด เนื่องจากอากาศในภาคใต้มีทั้งความร้อนและความชื้นสูง มีแสงแดด มีฝนชุก มีความชื้นในอากาศ มีอุณหภูมิอบอุ่นที่สำคัญมีระดับพื้นดินไม่สูงจากระดับน้ำทะเลมากนัก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขจัดกำจัดความเจริญเติบโตของพันธุ์ไม้เกือบทุกชนิด
2. ภาคใต้เป็นภาคที่ไม่ตัน ติดต่อกับต่างประเทศได้ง่าย มีทางออกไปประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประตูไปสู่ประเทศอื่นๆ อีกได้ง่าย

ด้วยเหตุผลทั้ง 2 ประการ หากภาคใต้ได้มีการปลูกไม้ตัดดอกจำหน่าย โดยตัดส่งเข้ามาในกรุงเทพฯ โดยทางเครื่องบินก็น่าจะทำกำไรได้เป็นอย่างดี เช่น ดอกขิงแดง ดอกก้ามกุ้งเหลือง ซึ่งชอบอากาศอย่างภาคใต้ที่มีความชุ่มชื้นสูง มีแสงแดด ดินดีพอสมควร ดอกไม้ประเภทนี้มีความทนทานใช้งานได้ดี ออกดอกตลอดปี ไม่มีโรคและศัตรูรบกวน ขยายพันธุ์ได้ง่าย มีความต้องการอย่างเคียวคือลักษณะอากาศอย่างในภาคใต้เท่านั้น ซึ่งไม้ตัดดอกไม้ที่เชียงใหม่ส่งเข้ามาขายในกรุงเทพฯ เหมือนกัน นอกจากดอกไม้ทั้ง 2 ชนิดนี้แล้ว ดอกไม้ที่สามารถปลูกได้ดีในภาคใต้อีก เช่น หน้าวัว และปักษาสวรรค์

2.1.3 กุหลาบ

กุหลาบเป็นไม้ตัดดอกที่มีความนิยมสูงสุดในบรรดาไม้ดอกทั้งหลาย เพราะกุหลาบมีดอกที่สวยงาม บางพันธุ์มีกลิ่นหอม อีกทั้งเป็นพืชปลูกที่เก่าแก่ และมีปลูกทั่วไปทั้งในเขตร้อนและเขตอบอุ่นทั่วโลก และได้จัดให้กุหลาบเป็นพืชที่มีประโยชน์ในด้านสุนทรีย์ ดังนี้

1. เป็นไม้ตัดดอก (Cut Flower)
2. เป็นไม้กระถาง (Pot Plant) ใช้ประดับบ้านและอาคารสถานที่ต่างๆ
3. เป็นแนวรั้ว (Hedge) เพื่อความสวยงามและกันเสียง
4. เป็นพืชประดับแปลง เพื่อตกแต่งสถานที่
5. เป็นพืชคลุมดิน (Ground Cover)
6. เป็นวัสดุเพื่อใช้สกัดน้ำมันหอมระเหย เพื่อทำน้ำหอม เช่น Damask Rose

การปลูกกุหลาบเป็นการค้าสามารถปฏิบัติได้ 2 วิธี คือ

1. ปลูกเป็นไม้กระถาง (Pot Plant)
2. ปลูกเป็นไม้ดอก (Cut Flower)

การปลูกกุหลาบทั้ง 2 วิธี สามารถทำเป็นการค้าอย่างใหญ่โตได้ เนื่องจากแนวโน้มของตลาดในปัจจุบันดีมาก มีทั้งภายในประเทศและเพื่อการส่งออก (สืบทักดิ์ นวจินดา, 2534 : 22)

กันชา เหมทัศน์ (2535 : 43) มีความเห็นสอดคล้องกับสืบทักดิ์ นวจินดา ซึ่งกล่าวว่า กุหลาบเป็นไม้ตัดดอกที่มีความสวยงาม ชากที่จะหาดอกไม้ชนิดอื่นๆ เทียบเท่า จึงได้ชื่อว่าเป็น ราชนิแห่งดอกไม้ (Queen of Flower) กุหลาบซึ่งนิยมปลูกและใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

ในประเทศไทยมีการปลูกกุหลาบเป็นไม้ตัดดอกเกือบทุกจังหวัด จังหวัดที่ปลูกเป็นการค้ามาก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย นครปฐม นนทบุรี และสมุทรสาคร จังหวัดที่มีแนวโน้มจะปลูกกุหลาบเป็นการค้ามากขึ้นคือจังหวัดสงขลา สำหรับจังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายเป็นจังหวัดที่ปลูกกุหลาบเพื่อเป็นการค้า ในภาคเหนือกุหลาบจะมีคุณภาพของดอกไม้ และก้านหรือลำต้นดีกว่าที่ปลูกกันในภาคกลาง (สายชล เกตุษา, 2531 : 19-21)

2.1.4 ธุรกิจร้านขายปลีก

สายชล เกตุษา (2531 : 250) ได้กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ โดยนิยามธุรกิจชนิดนี้ว่า หมายถึงการมีร้านค้าหรือสำนักงานขายที่แน่นอน เพื่อขายปลีกดอกไม้สดและรับจัดดอกไม้ และอาจจะขายสินค้าอย่างอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ดอกไม้แห้ง แจกันสำหรับปักดอกไม้ และต้นไม้หรือไม้กระถาง การดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ ต้องมีการลงทุนและการวางแผน เจ้าของหรือผู้จัดการร้านขายปลีกดอกไม้ต้องเป็นผู้มีความสามารถในเรื่องการค้าและการดูแลรักษาดอกไม้ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง โดยเริ่มตั้งแต่การเลือกที่ตั้งของร้าน ตลอดจนกระทั่งวิธีให้บริการลูกค้า

1. ประเภทของร้านขายปลีก

ร้านขายปลีกดอกไม้ในประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- 1.1 การขายปลีกตามร้านแผงลอยโดยไม่รับจัดดอกไม้ การดำเนินธุรกิจแบบนี้มีอยู่ทั่วไป ในตลาดที่มีการขายผักและผลไม้ ดอกไม้ที่ขายเป็นดอกไม้ที่มีคุณภาพไม่ดี อยู่ในระดับปานกลาง และมีราคาถูก ดอกไม้ที่ขายส่วนใหญ่เป็นดอกไม้ที่ไม่แปลกและสามารถปลูกได้รอบชานเมืองกรุงเทพมหานคร เช่น กุหลาบกล้วยไม้ ดาวเรือง เบญจมาศ บัว เจอบีร่าพันธุ์ไทยและหน้าวัว การขายปลีกดอกไม้ โดยวิธีนี้อาจจะมีการจัดดอกไม้ประเภทการทำพวงมาลัยหรือมัดกำ ดอกไม้บูชาพระด้วย แต่ไม่เน้นใน

เรื่องการบริการมาก ตามร้านแผงลอยส่วนใหญ่ไม่ต้องการซื้อ
ดอกไม้ที่แปลก มีคุณภาพดี และราคาแพง

- 1.2 การรับจัดดอกไม้โดยมีการขายปลีก การดำเนินธุรกิจโดยวิธีนี้จะ
ไม่ขายปลีกดอกไม้ ถ้าจะมีการขายดอกไม้ก็เพียงส่วนน้อยเท่านั้น
แต่จะเน้นในเรื่องการจัดดอกไม้เพื่อใช้ในงานศพ ซึ่งมีทั้งที่จัดเป็น
พวงหรีด และจัดดอกไม้ประดับตามบริเวณงานศพในรูปแบบ
ต่างๆ บางร้านอาจจะรับจัดดอกไม้เพื่อใช้โอกาสอื่นๆ ด้วย เช่น
การถวายบังคม วันเกิด และการเปิดร้านหรือบริษัทใหม่ ร้านค้า
ที่ดำเนินธุรกิจโดยวิธีนี้สถานที่แน่นอนและส่วนใหญ่จะอยู่ใกล้วัด
หรืออยู่ในบริเวณวัดที่มีเมรุ ดอกไม้ที่จัดเพื่อใช้งานศพและการ
ถวายบังคมอาจจะมีดอกไม้แห้งและบางส่วนที่ไม่ใช่ดอกไม้รวม
อยู่ด้วย เช่น ใบทอง กาบกล้วยข้อมติและไม่ข้อมติ โฟม และ
ใบไม้ชนิดอื่นๆ บางครั้งมีการใช้ดอกไม้ข้อมติและหรือใช้สีพัน
ดอกไม้ด้วย การจัดดอกไม้เพื่อใช้ในงานศพและการถวายบังคมที่
มีทั้งที่รับจัดตามที่ผู้ใช้ออกแบบเองและทางร้านเป็นผู้ออกแบบเอง

- 1.3 การขายปลีกและรับจัดดอกไม้ การดำเนินธุรกิจโดยวิธีนี้จะขาย
ดอกไม้ที่แปลก คุณภาพดี และราคาแพง เช่น แกลดิโอดัส
คาร์เนชั่น จิบไซฟิลด้า เจอบีร่าพันธุ์ยุโรปและสแคตติส ดอกไม้
ชนิดอื่นๆ ที่สามารถปลูกได้ในภาคกลาง เช่น กุหลาบ
เบญจมาศและหน้าวัวก็มีขายด้วย แต่จะมีคุณภาพดีกว่าที่ขายตาม
ร้านแผงลอย ร้านขายปลีกดอกไม้ที่มีชื่อเสียงมากและอยู่ใน
ย่านการค้าที่สำคัญหรือชุมชนของคนชั้นสูง มักจะนิยมสั่งดอกไม้
จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายให้แก่ผู้ใช้ มีการรับจัดดอกไม้เพื่อ
ใช้ในโอกาสต่างๆ และมีเทคนิคการจัดดอกไม้ที่ดี ร้านที่ดำเนิน
ธุรกิจโดยวิธีนี้จะมีการจัดภายในร้านและหน้าร้านเป็นอย่างดี เพื่อ
ให้เป็นທີ່ดึงดูดลูกค้าและมีการลงทุนสูงกว่าร้านขายปลีกทั้ง 2
ประเภทแรก

2. คุณสมบัติของผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีก

ผู้ที่จะดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ ควรจะมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ อย่างน้อย 3 ใน 4 จึงจะประสบความสำเร็จในอาชีพนี้

- 2.1 เป็นนักธุรกิจที่ดี คือต้องเป็นผู้ที่ทราบถึงการดำเนินงานธุรกิจ และทำผลประโยชน์ทำธุรกิจเพื่อเงิน ไม่ใช่ทำธุรกิจเพื่อความสนุก
- 2.2 เป็นนักออกแบบที่ดี งานที่ออกแบบและนำออกสู่ลูกค้าเป็นการ สร้างชื่อเสียงของผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายดอกไม้
- 2.3 ต้องมีทุน ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้จะต้องมีทุนพอเพียง เพื่อดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มแรกโดยยังไม่หวังกำไรตอบแทน จะต้องมีเงินสดอยู่ในมือพอเพียงเพื่อซื้อทั้งของที่จำเป็นและสินค้า อื่นๆ
- 2.4 เป็นนักซื้อที่ดี มีความฉลาดและความรอบคอบในการจัดซื้อ สิ่งของต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ
- 2.5 มีความรักในธุรกิจที่กำลังทำ ไม่ใช่ทำธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ เพื่อเงินอย่างเฉิวเท่านั้น ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ต้อง ชอบที่จะทำงานกับดอกไม้แต่ละคน ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีก ดอกไม้จะต้องทราบวิธีการให้ความรื่นเริงกับสาธารณชนและ ชอบที่จะทำด้วย
- 2.6 ต้องมีความสามารถที่จะพบกับคนและพูดกับคน ต้องเป็นผู้ขายที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่ใช่เป็นคนที่แค่รับคำสั่งจากผู้ซื้อเท่านั้น
- 2.7 ต้องทราบวิธีการโฆษณา ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ต้อง ทราบว่าจะต้องใช้จ่ายเงินเท่าไรในการโฆษณา เมื่อไรจะโฆษณาควร จะโฆษณาอะไร และควรใช้สื่อการโฆษณาอะไร ควรจะทราบ วิธีการจัดร้านทั้งภายในและภายนอกให้เป็นที่ดึงดูดลูกค้า

- 2.8 ต้องทราบวิธีการฝึกหัดและปฏิบัติต่อลูกจ้าง ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ต้องทำให้ลูกจ้างในร้านพอใจกับงานที่เขากำลังทำอยู่ต้องรู้จักฝึกลูกจ้างเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ดี และต้องทราบการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องของลูกจ้าง เพื่อให้ลูกจ้างได้ทำงานในปริมาณที่เหมาะสม การทำความพอใจให้กับลูกจ้างจะทำให้ลูกจ้างทำงานอยู่ได้นาน ช่วยลดปัญหาและลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาลูกจ้างและฝึกลูกจ้างใหม่ ควรเปลี่ยนลูกจ้างให้น้อยครั้งที่สุด
- 2.9 ต้องมีประสบการณ์ ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ควรมีประสบการณ์ในธุรกิจชนิดนี้มาก่อน วิธีการหาประสบการณ์ในด้านนี้คือการเข้าไปทำงานในร้านขายปลีกดอกไม้ ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้หลายคนประสบความล้มเหลวในปีแรก เพราะเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ไม่มีประสบการณ์
- 2.10 เป็นพ่อค้า ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ต้องรู้วิธีการขายสินค้าด้วยความถูกต้องในเรื่องของราคา เวลา และสถานที่
- 2.11 ต้องมีความรู้ในเรื่องการปฏิบัติต่อดอกไม้และต้นไม้ ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ต้องทราบวิธีการทำให้ดอกไม้และต้นไม้มีอายุยืน ทั้งที่ร้านและที่บ้านของลูกค้าที่ได้ซื้อดอกไม้และ/หรือต้นไม้ไปจากร้าน
- 2.12 ต้องเข้าร่วมกิจกรรมของงานสาธารณะ ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ควรสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมหรือส่วนรวมไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมทุกกิจกรรม แต่อาจจะร่วมเพียงบางกิจกรรมเท่านั้น ผู้ดำเนินธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้ควรร่วมกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ตนกำลังทำอยู่ เพื่อจะได้ทราบความเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจประเภทนี้

3. การเลือกที่ตั้งร้านขายปลีก

การเลือกที่ตั้งร้าน เป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดสิ่งหนึ่ง เนื่องจากการจัดการสิ่งอื่นๆ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ที่ตั้งของร้านที่ตัดสินใจไปแล้วไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ ที่ตั้งร้านเพียงอย่างเดียวอาจทำให้ธุรกิจขายปลีกดอกไม้ประสบความสำเร็จ หรือเกิดความล้มเหลวก็ได้ การเลือกที่ตั้งควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

- 3.1 ประชากร จำนวนประชากรในบริเวณที่จะตั้งร้านขายปลีกดอกไม้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนร้านขายดอกไม้เชื้อชาติของประชากรในบริเวณที่ตั้งร้านขายปลีกดอกไม้มีความสำคัญมาก เพราะประชากรบางเชื้อชาติมีความนิยมซื้อดอกไม้มากกว่าประชากรเชื้อชาติอื่นๆ เช่น ประชากรที่มีเชื้อชาติยุโรปและอเมริกัน ชอบซื้อดอกไม้มากกว่าประชากรเชื้อชาติอื่นๆ ทักษะคติของประชากรที่มีต่อดอกไม้จะมีผลอย่างมากต่อการซื้อดอกไม้และจะเป็นตัวตัดสินใจอย่างมากต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจการขายปลีกดอกไม้
- 3.2 ความก้าวหน้าของธุรกิจ ในบริเวณที่ตั้งร้านขายปลีกดอกไม้มีความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจมากแค่ไหน ถ้าเป็นบริเวณที่ไม่มีธุรกิจมากจะมีผลกระทบอย่างมากต่อการขายดอกไม้ ชนิดของธุรกิจมีความสำคัญด้วย เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงสังคมของคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น ร้านขายปลีกดอกไม้ที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ไม่ใช่ย่านการค้าหรือคนไม่ค่อยผ่านไปมา ร้านขายปลีกดอกไม้ย่อมไม่สามารถจะอยู่ได้

- 3.3 รายได้ของประชากร ประชากรในบริเวณที่ตั้งร้านขายปลีก
ดอกไม้มีรายได้สูงจะมีศักยภาพในการซื้อดอกไม้มากกว่า
ประชากรที่มีรายได้ต่ำ และปานกลาง แต่บางกรณีอาจจะสามารถ
ขายดอกไม้ในชุมชนที่มีรายได้ต่ำหรือปานกลางมากกว่าชุมชนที่มี
รายได้สูง เพราะศักยภาพในการซื้อดอกไม้ยังขึ้นอยู่กับเชื้อชาติ
และทัศนคติของประชากรที่มีต่อดอกไม้ด้วย
- 3.4 จำนวนร้านขายดอกไม้ ในบริเวณที่จะเลือกเป็นที่ตั้งสำหรับ
ร้านขายปลีกดอกไม้มีจำนวนร้านขายปลีกดอกไม้อยู่แล้วเท่าไร
ร้านขายปลีกดอกไม้เหล่านั้นมีชื่อเสียงในทางด้านอะไรและการ
จัดการดีแค่ไหน เจ้าของร้านเป็นคนอย่างไร ดอกไม้มีคุณภาพ
อย่างไรและดอกไม้ที่จัดมีคุณภาพอย่างไร ข้อมูลเหล่านี้ผู้เริ่มต้น
ธุรกิจการขายปลีกดอกไม้จะต้องพิจารณาถ้าต้องการจะต่อสู้กับ
คู่แข่งให้ประสบความสำเร็จ
- 3.5 ที่จอดรถสำหรับลูกค้า ถ้าร้านขายปลีกดอกไม้ตั้งอยู่ในโรงแรม
โรงพยาบาลหรือศูนย์การค้า จะไม่มีปัญหาเรื่องที่จอดรถสำหรับ
ลูกค้า แต่ถ้าเป็นร้านขายปลีกดอกไม้ที่เป็นตึกแถวจะต้องคำนึงใน
เรื่องที่จอดรถสำหรับลูกค้า ร้านขายปลีกดอกไม้ที่ลูกค้าที่จอดรถ
ยาก จะทำให้ร้านขายปลีกดอกไม้มีลูกค้าเข้าร้านน้อย

4. การตกแต่งภายนอกของร้าน

การตกแต่งและการจัดร้านภายนอกให้สะอาดตา และดึงดูดลูกค้าให้เข้ามา
ในร้านเพื่อซื้อดอกไม้ เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจในครั้งแรก
ของลูกค้าคาดว่ายอดขายประมาณ 35 เปอร์เซ็นต์ของการขายทั้งหมดขึ้น
อยู่กับลักษณะภายนอกของร้าน การทำให้ร้านขายปลีกดอกไม้มีจุดเด่นเมื่อ
ลูกค้ามองในระยะไกล มีสิ่งสำคัญ 5 ประการ คือ

- 4.1 การทาสีหรือการก่อสร้างหน้าร้านจะต้องทำให้ถูกค้ำเกิดความประทับใจเมื่อได้เห็นเป็นครั้งแรก
- 4.2 การให้แสงสว่างในเวลากลางคืนทั้งที่หน้าค่างตู้กระจกโชว์ดอกไม้ และภายในร้านจะต้องทำให้ร้านมีจุดเด่น เพราะคนทั่วไปชอบเดินผ่านร้านที่มีแสงสว่างมากๆ จะเป็นการโฆษณาให้คนที่ผ่านหน้าร้านในเวลากลางคืนได้ทราบ
- 4.3 ตู้โชว์กระจกหน้าร้านเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของภายนอกร้าน เพราะเป็นจุดที่โฆษณาการขายหรือทำให้ขายดอกไม้ได้มาก การแสดงดอกไม้ที่ตู้โชว์กระจกหน้าร้าน ไม่ว่าจะเป็นดอกไม้ที่จัดแล้วหรือยังไม่ได้จัดก็ตามจะช่วยเพิ่มการขายดอกไม้ การโชว์ดอกไม้ในตู้กระจกหน้าร้านจะได้ประโยชน์มากและประหยัดเงินมากกว่าการโฆษณาด้วยวิธีอื่นๆ
- 4.4 ป้ายชื่อของร้านควรจะชัดเจนและอ่านง่าย คนที่ผ่านร้านไม่เฉพาะแค่อ่านชื่อร้านเท่านั้น แต่ควรจะได้ทราบชนิดของร้านด้วย ดังนั้นป้ายชื่อของร้านควรจะมีมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน
- 4.5 ดอกไม้และต้นไม้ภายในร้านจะต้องดึงดูดถูกค้ำเสมอ ถ้าหน้าร้านมีที่ว่างและไม่ผิดปกติหมาย ควรจะตั้งดอกไม้และต้นไม้บางชนิดเพื่อโชว์ให้ผู้ที่ผ่านหน้าร้านได้ทราบถึงชนิดของธุรกิจที่ทางร้านกำลังดำเนินอยู่

5. การตกแต่งภายในร้าน

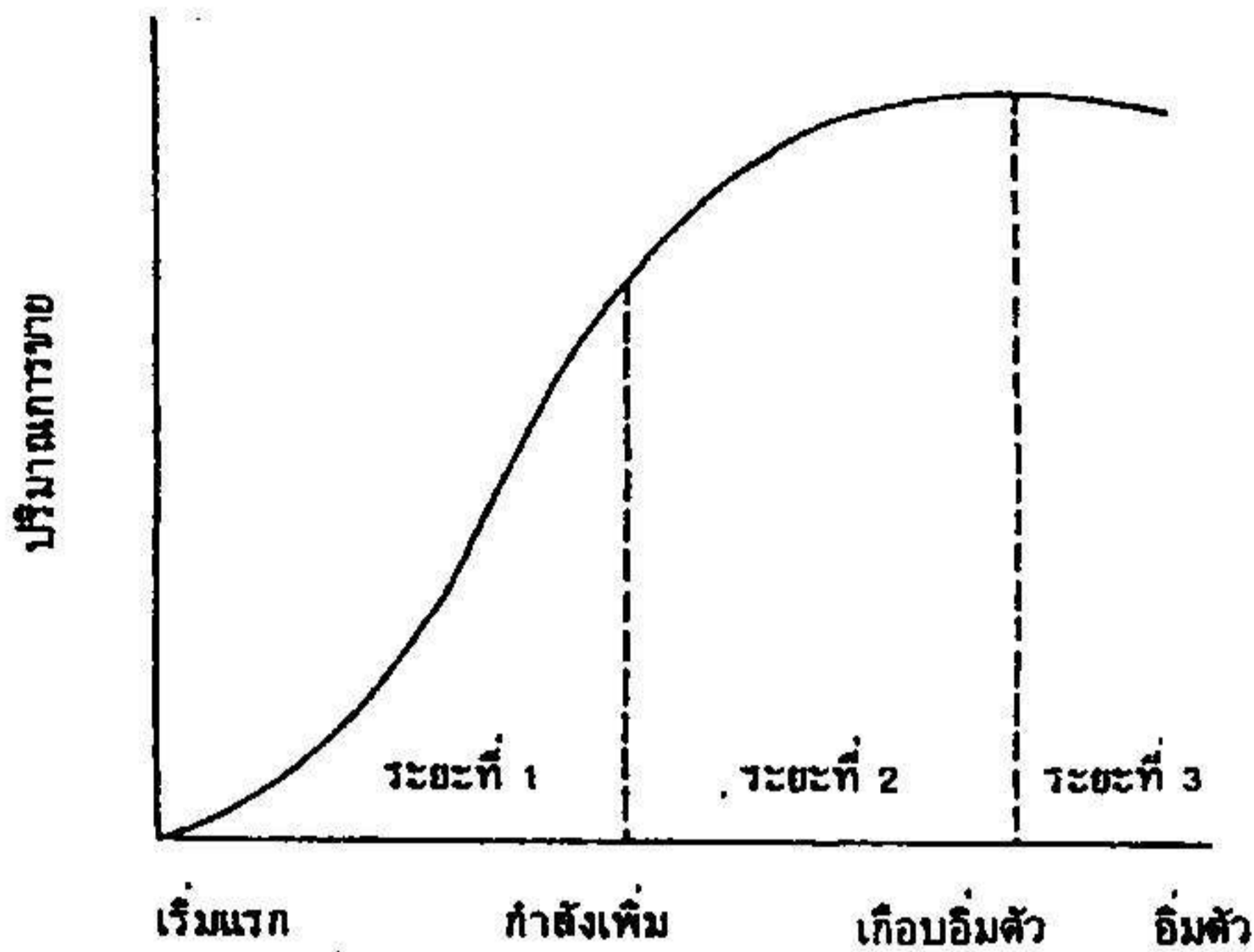
การตกแต่งภายในร้านก็มีความสำคัญเช่นเดียวกับภายนอกร้าน และภายในร้านดอกไม้สามารถทำให้ถูกค้ำเกิดความประทับใจทั้งดีและไม่ดี การตกแต่งภายในต้องสัมพันธ์กับภายนอกร้านและตู้โชว์กระจกหน้าร้าน สีภายในเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ดอกไม้มีความเด่นเพิ่มขึ้น ไม่ใช่ลดความดึงดูดของดอกไม้ เพดานควรทาสีขาวเพื่อให้สว่างมากที่สุด ควรแยกโต๊ะจัดดอกไม้และห่อดอกไม้ โต๊ะจัดบัญชีควรแยกเป็นสัดส่วนและมีที่ว่างให้ถูกค้ำเดินชมภายในร้าน

6. การโฆษณา

การโฆษณาร้านขายปลีกคอกไม้ขนาดเล็กอาจไม่จำเป็นต้องโฆษณา แต่การโฆษณามีความจำเป็นต่อร้านขายปลีกคอกไม้ขนาดใหญ่ การโฆษณามีความสำคัญมากในระยะเริ่มแรกของการเริ่มต้นธุรกิจ เมื่อธุรกิจเติบโตและคงที่การโฆษณาโดยการเน้นถึงลูกค้าที่มาซื้อคอกไม้จากร้านจะมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เมื่อมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจะทำให้การโฆษณาซึ่งมีความสำเร็จมากขึ้น ธุรกิจส่วนมากมีการเติบโต 3 ระยะ จากภาพที่ 2-2 ระยะที่ 1 เป็นช่วงเวลาที่มีการขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โอกาสของการขยายตลาดมีมาก และลูกค้าไม่คำนึงถึงความประณีตของสินค้ามาก ระยะที่ 2 ยังเป็นช่วงที่ธุรกิจมีการเติบโต แต่การขยายตลาดเพิ่มขึ้นช้า และลูกค้าจะมีความประณีตในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ระยะที่ 3 เป็นช่วงที่มีการขายเพิ่มขึ้นน้อยที่สุด การขายถึงจุดอิ่มตัวและลูกค้ามีความประณีตมากในการเลือกซื้อสินค้า ในระยะต่างๆ ของการเติบโตทางธุรกิจมีความต้องการการโฆษณาแตกต่างกัน ในระยะเริ่มแรกของการเติบโตของธุรกิจ ในระยะที่ 2 มีความต้องการเน้นในเรื่องการหาตลาดใหม่ๆ และการเติบโตของธุรกิจในระยะที่ 3 ต้องการสินค้าใหม่ๆ และต้องการพัฒนาวิธีการขายแปลกๆ

ภาพที่ 2-2 การเติบโตของธุรกิจร้านขายปลีกดอกไม้

(จาก Sullivan และคณะ, 1985)



หมายเหตุ สายชล เกตุษา คัดแปลงจาก Sullivan และคณะ , 1985

การโฆษณาสามารถเลือกใช้ได้หลายชนิดคือ

1. หนังสือพิมพ์ (Newspaper)
2. วิทยุ (Radio)
3. โทรทัศน์ (Television)
4. ส่งโดยตรง (Direct Mail) คือ ส่งข้อมูลข่าวสารถึงลูกค้าโดยตรง มีข้อดีที่สามารถมุ่งเฉพาะลูกค้าหรือกลุ่มที่ต้องการ สามารถทำโดยในเวลาที่เหมาะสมกับเทศกาลของการใช้ดอกไม้ ซึ่งหารายชื่อลูกค้าได้จากใบเสร็จรับเงินที่บันทึกไว้ สมุดโทรศัพท์ สมุดรายชื่อสมาชิกของสมาคมต่างๆ ข่าวสารสังคมในหนังสือพิมพ์รายวัน หรือจากสำนักงาน/ที่ว่าการอำเภอ
5. สมุดรายชื่อของสมาชิก (Directories)
6. วิธีอื่นๆ เช่น แผ่นภาพ หรือโปสเตอร์ ซึ่งนิยมใช้กันมาก เพราะราคาถูกและใช้ได้นาน สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก

7. การประชาสัมพันธ์

นับว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการ โฆษณาทางอ้อม (Indirect Advertising) การประชาสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อดอกไม้เพิ่มขึ้น ได้อีกมาก การประชาสัมพันธ์ร้านขายปลีกดอกไม้สามารถทำได้หลายวิธี เช่น

- 7.1 การบริจาคดอกไม้และต้นไม้ให้แก่หน่วยงานราชการ
- 7.2 การสาธิตจัดดอกไม้สด
- 7.3 การสาธิตทำดอกไม้แห้งและจัดดอกไม้แห้ง
- 7.4 การแนะนำคู่มือรักษาดอกไม้และต้นไม้
- 7.5 การรับประกันคุณภาพของดอกไม้ที่ซื้อจากร้าน
- 7.6 การเขียนข้อความด้านหลังของบัตรอีกด้านหนึ่งของเจ้าของร้าน หรือผู้จัดการ เพื่อแสดงความเห็นใจตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้า
- 7.7 การให้ดอกไม้หรือต้นไม้ฟรีแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ
- 7.8 การสอบถามหรือการติดตามความพอใจของลูกค้าในคุณภาพของดอกไม้ที่ได้ซื้อจากร้าน
- 7.9 การบริการพิเศษบางอย่างกับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ
- 7.10 การตรวจสอบห่อดอกไม้ให้อยู่ในสภาพที่ดีอีกครั้งก่อนที่ลูกค้าจะนำออกจากร้าน
- 7.11 การเตรียมที่จอดรถยนต์ให้พอเพียงสำหรับลูกค้า
- 7.12 การสร้างบรรยากาศที่ดีกับลูกค้าขณะที่พูดทางโทรศัพท์

8. การรับเรื่องร้องทุกข์ของลูกค้า

ธุรกิจการค้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าชนิดใด มักจะมีข้อโต้แย้งระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ลูกค้าที่ซื้อดอกไม้หรือใช้บริการอื่นๆ จากร้านขายปลีกดอกไม้ อาจจะไม่พอใจในสินค้าที่ได้ซื้อไปหรือบริการที่ได้รับ จึงมีการร้องทุกข์กับผู้จัดการหรือเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ การรับเรื่องร้องทุกข์ หรือการรับทราบปัญหาของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าที่ซื้อไปหรือบริการที่ได้รับ และการ

แก้ไขปัญหาดังกล่าวของลูกค้าเป็นงานที่สำคัญมาก ผู้จัดการหรือเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้จะต้องให้ความสนใจและรีบแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าได้ร้องทุกข์ ไม่ควรจะมองข้ามและคิดว่าไม่ใช่เรื่องสำคัญ มิฉะนั้นจะสูญเสียลูกค้า มีข้อเสนอแนะที่ควรจะปฏิบัติดังต่อไปนี้เมื่อลูกค้าร้องทุกข์

- 8.1 ทำให้อารมณ์เสียลดลง ลูกค้าที่ได้จ่ายเงินแล้วและไม่พอใจในสินค้าความไม่สะดวกหรือการบริการที่ไม่ดี ซึ่งลูกค้าเชื่อว่าเป็นความผิดของร้านขายปลีกดอกไม้ และมีอารมณ์โกรธหรือโมโหมาก สิ่งแรกที่เจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ควรจะต้องทำ คือพยายามทำในสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าคนนั้นมีอารมณ์โกรธหรือโมโหลดน้อยลง
- 8.2 รับฟังอย่างสุภาพและตั้งใจฟัง การรับฟังและแสดงออกในการตั้งใจฟังจะเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ เพราะลูกค้าจะมีอารมณ์โกรธหรือโมโหลดลงเมื่อได้พูดเพื่อระบายอารมณ์
- 8.3 ระวังหรือบรรเทาความรู้สึกที่ขมขื่น เมื่อลูกค้าได้หยุดการระบายอารมณ์เสียแล้ว ควรจะใช้คำพูดที่ดีหรือสุภาพกับลูกค้า เช่น ดิฉันเข้าใจความรู้สึกของคุณ หรือสิ่งที่คุณพูดเป็นข้อเสนอแนะที่ดี
- 8.4 ถ้าลูกค้าเป็นฝ่ายถูกและร้านขายปลีกดอกไม้เป็นฝ่ายผิด เจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ควรจะยอมรับ และตกลงกันในแนวทางที่ยุติธรรม เจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้จะต้องยอมรับผิดและแสดงการขอโทษเพื่อผูกไมตรีจิตกับลูกค้า
- 8.5 ถ้าลูกค้าเป็นฝ่ายผิดและร้านขายปลีกดอกไม้เป็นฝ่ายถูก เจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ควรแสดงออกเป็นคนใจแคบ เจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้จะต้องพยายามปรับตัวเอง แม้ว่าบางครั้งจะต้องเสียเงินเพิ่มเติมอีก ทั้งนี้เพื่อที่จะรักษาลูกค้าที่ดีไว้

8.6 ไม่ควรประมาณการความรู้ของลูกค้าสูงเกินไป อย่าพยายามคิดว่าลูกค้าทุกรายที่ซื้อดอกไม้หรือต้นไม้จากร้านขายปลีกดอกไม้มีความรู้มากในเรื่องการดูแลรักษาดอกไม้หรือต้นไม้ ดังนั้นควรจะต้องอธิบายวิธีการดูแลรักษาดอกไม้หรือต้นไม้ก่อนที่ลูกค้าจะนำสินค้าออกไปจากร้าน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการร้องทุกข์ที่จะเกิดขึ้นกับดอกไม้หรือต้นไม้ เนื่องจากการดูแลรักษาไม่ถูกวิธี

9. การซื้อดอกไม้เข้าร้าน

การซื้อดอกไม้ ต้นไม้ และสินค้าอื่นๆ ที่ใช้ภายในร้านค้าเป็นหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของเจ้าของหรือผู้จัดการร้านขายปลีกดอกไม้ การซื้อสินค้าเข้าร้านค้าด้วยความรอบคอบเป็นวิธีหนึ่งที่จะสามารถเพิ่มผลประโยชน์ให้กับเจ้าของร้าน การซื้อดอกไม้และสิ่งของอื่นๆ ควรทราบว่าเมื่อไร และจะซื้ออย่างไร

การซื้อดอกไม้ซึ่งเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย เป็นการกระทำที่ค่อนข้างยาก การมีทักษะในการซื้อดอกไม้ต้องมีความรู้เกี่ยวกับดอกไม้และต้นไม้ ต้องมีการวางแผนล่วงหน้าและต้องมีประสบการณ์ในการซื้อดอกไม้ การซื้อดอกไม้ต้องขึ้นอยู่กับคนกลางเป็นอย่างมาก ควรจะซื้อดอกไม้กับคนกลางคนเดียวเป็นประจำเมื่อพบว่าคนกลางนั้นเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือได้ ควรอธิบายให้คนกลาง ทราบว่าร้านขายปลีกดอกไม้ชอบและไม่ชอบอะไร และต้องการดอกไม้ประเภทไหน บอกให้คนกลางได้ทราบถึงลักษณะของธุรกิจที่ตนเองกำลังดำเนินอยู่เพื่อคนกลางจะได้ทราบคุณภาพ ปริมาณ และชนิดของดอกไม้ที่ต้องการ ราคาของดอกไม้มีการเปลี่ยนแปลงทุกๆ วันในตลาดกลาง ดังนั้นเวลาจึงเป็นเรื่องสำคัญ ถ้าเป็นไปได้ควรจะไปเยี่ยมชมตลาดขายส่งดอกไม้และแหล่งปลูกด้วยตนเอง จะเป็นสิ่งที่ดีถ้าเจ้าของร้านค้าสามารถทราบราคาจริงของดอกไม้และทราบปริมาณของดอกไม้ที่จะใช้ในแต่ละวัน หรือในแต่ละสัปดาห์ การซื้อดอกไม้ต้องมีแผนล่วงหน้า ดังนั้นจึงต้องทราบว่า จะใช้ดอกไม้แต่ละชนิดมากเท่าไร สำหรับการขายปลีกและการจัดในลักษณะต่างๆ เนื่องในเทศกาลวันสำคัญๆ

ดอกไม้ที่จะซื้อ มีทั้งที่ผลิตได้ภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ โครงการหลวงฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของดอกไม้เขตกานาวโดยผลิตในจังหวัด เชียงใหม่และเชียงราย ดอกไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศส่วนมากมาจาก ประเทศเนเธอร์แลนด์ การซื้อดอกไม้ไม่ว่าจะเป็นดอกไม้ที่ผลิตได้ภายใน ประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศก็ตาม มักจะนิยมส่งผ่านพ่อค้าคนกลาง เพราะสะดวกและประหยัดเวลา

10. การรักษาคุณภาพของดอกไม้ภายในร้าน

แม้ว่าจะไม่ได้มีการประเมินความเสียหายของดอกไม้ที่ตัดจากต้นแล้ว แต่ความเสียหายของดอกไม้ขณะที่อยู่ในร้านขายปลีกคาดว่า จะมีมากเหมือนกันเช่นเดียวกันกับการสูญเสียของผักและผลไม้ขณะที่อยู่ในตลาด จากการสำรวจความเสียหายของดอกกล้วยไม้ที่อยู่ในร้านขายปลีกและโรงแรม พบว่า มีการสูญเสียของดอกกล้วยไม้มีอยู่หลายระดับ ตามตารางที่ 2-3 ดอกไม้ชนิดอื่นๆ คงจะมีความเสียหายเช่นเดียวกับดอกกล้วยไม้ ดังนั้นเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้สามารถทำอะไรได้บ้าง เพื่อที่จะรักษาคุณภาพและอายุการใช้งานของดอกไม้ให้อยู่ได้นานค่าตอบแทนคือเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ จะต้องเข้าใจและรู้จักคุณภาพของดอกไม้ คุณภาพของดอกไม้ขณะที่ซื้อมาจากคนกลางและลักษณะอื่นๆ มีความสำคัญต่อการยอมรับของลูกค้าที่มีต่อ ดอกไม้ชนิดนั้นๆ ความสามารถของเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ในการเลือกซื้อดอกไม้ที่มีคุณภาพดีและรู้จักการปฏิบัติที่ถูกวิธีต่อดอกไม้ จะช่วยลดความเสียหายของดอกไม้หลังจากที่ได้ซื้อมาจากคนกลาง

ตาราง 2-3 การสูญเสียของคอกกล้วยไม้ที่ร้านขายปลีกและโรงงาน
(คัดแปลงจากอภิสิทธิ์ และจิราพรพรณ , 2528)

การสูญเสีย (%)	จำนวนผู้ขายปลีกและโรงงาน				
	ร้านค้าดอกไม้ทั่วไป (%)	ร้านค้าดอกไม้ในตลาดสด (%)	ร้านค้าตามแหล่งชอปปิง (%)	ร้านค้าดอกไม้ในวัด (%)	โรงแรมในฐานะผู้ใช้ดอกไม้ (%)
1-5	25.6	-	20.0	100.0	20.0
6-10	32.1	37.5	70.0	-	40.0
11-20	-	-	-	-	20.0
21-30	28.6	37.5	10.0	-	20.0
30	10.7	25.0	-	-	-

หมายเหตุ คัดแปลงจากอภิสิทธิ์ และจิราพรพรณ , 2528 (%)

การสูญเสีย คือการสูญเสียในระหว่างการเก็บรักษา

11. การให้คำแนะนำกับลูกค้า

อายุการใช้งานของดอกไม้มีความสำคัญมากต่อเจ้าของร้านและลูกค้า ดอกไม้ส่วนใหญ่มีอายุการใช้งานค่อนข้างสั้นหลังจากตัดมาจากต้นแล้วลูกค้าหรือผู้ใช้ดอกไม้ส่วนมากทราบว่าอายุของดอกไม้ค่อนข้างสั้น แต่ไม่ทราบวิธีทำให้ดอกไม้มีอายุการใช้งานนานขึ้น ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับเจ้าของร้านขายปลีกดอกไม้ที่จะต้องแนะนำให้ลูกค้ามีความรู้เกี่ยวกับการทำให้ดอกไม้มีอายุการใช้งานหรืออายุการปักแจกันเพิ่มขึ้นที่บ้านของลูกค้า ควรให้คำแนะนำกับลูกค้าในเรื่องการดูแล และปฏิบัติต่อดอกไม้ที่ได้ซื้อไปจากร้านขายปลีกดอกไม้ เพื่อให้ดอกไม้มีอายุการใช้งานนานที่สุดดังต่อไปนี้

1. ก่อนปักแจกันดอกไม้ต้องตัดโคนก้านดอกออกประมาณ 2-3 เซนติเมตร โดยการตัดเฉียง (ประมาณ 45 องศา) ด้วยมีดหรือกรรไกรที่คม
2. ปลิดใบที่อยู่ใต้น้ำเมื่อปักดอกไม้ในแจกัน

3. ใช้แจกันหรือภาชนะที่สะอาดเมื่อปักแจกันดอกไม้
4. ใช้น้ำที่สะอาด เช่น น้ำฝนและน้ำกรองที่ซื้อมาเพื่อใช้ดื่มสำหรับการปักแจกันดอกไม้
5. ใช้น้ำยาอีโคอาซูการปักแจกันดอกไม้ ถ้าสามารถซื้อได้จากร้านค้าดอกไม้
6. เติมน้ำทุกวันให้ดอกไม้ที่จัดเป็นกระเช้าหรือแจกัน
7. อย่าวางดอกไม้ในที่ซึ่งได้รับแสงสว่างโดยตรงจากพระอาทิตย์

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กองบรรณาธิการ หนังสือคลังสมอง (ม.ม.ป. : 138-141) ได้รวบรวมผลการศึกษาโครงการวิจัยธุรกิจขนาดย่อม 50 ประเภท ซึ่งเป็นโครงการร่วมระหว่างบริษัทมีเดียโฟกัส จำกัด กับฝ่ายวิจัย คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในส่วนของธุรกิจขนาดย่อมประเภทร้านขายดอกไม้ ซึ่งนับว่าเป็นธุรกิจประเภทขายปลีกและบริการ จากการศึกษาธุรกิจประเภทนี้ ได้ข้อสรุปแยกเป็นด้านๆ ดังนี้

1. ด้านการเงิน พบว่าธุรกิจร้านขายดอกไม้จะใช้เงินลงทุนเริ่มต้นต่ำสุด จำนวน 370,200 บาท โดยแยกออกเป็นเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรและเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน ดังนี้

1.1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ประกอบด้วย

(1.1.1) ค่าสัญญาเช่าที่ดินและอาคารระยะเวลา 5 ปี	จำนวน	100,000 บาท
(1.1.2) ค่าตกแต่งร้าน	จำนวน	250,000 บาท
(1.1.3) ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์	จำนวน	- บาท

1.2 เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน ประกอบด้วย

(1.2.1) ค่าดอกไม้	จำนวน	10,000 บาท
(1.2.2) ค่าอุปกรณ์จัดดอกไม้และภาชนะต่างๆ	จำนวน	6,000 บาท
(1.2.3) ค่าน้ำ-ค่าไฟ	จำนวน	1,200 บาท
(1.2.4) ค่าเช่าที่ดินและอาคาร	จำนวน	<u>3,000</u> บาท
รวมเงินลงทุนต่ำสุด	จำนวน	<u>37,200</u> บาท

นอกเหนือจากเงินลงทุนดังกล่าวแล้ว กรณีร้านดอกไม้มีการจำหน่ายดอกไม้จากต่างประเทศด้วย เงินลงทุนเริ่มต้นจะต้องเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 10,000 - 20,000 บาท เนื่องจากเป็นค่าผู้เช่าสำหรับเก็บดอกไม้สดและค่าไฟฟ้า ในส่วนของเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนก็จะต้องเพิ่มขึ้นเป็นค่าดอกไม้อีกประมาณเท่าตัว

สำหรับกำไรขั้นต้น พบว่าธุรกิจประเภทนี้ควรจะได้รับค่าสุด โดยประมาณจำนวน 25,250 บาทต่อเดือน คิดเป็นอัตรากำไรเท่ากับ 20-50% โดยใช้ระยะเวลาคืนทุนภายในเวลาประมาณ 2 ปี

2. ด้านการบริหาร พบว่าแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศในด้านการจัดซื้อดอกไม้คือปากคลองตลาดและสวนดอกไม้รอบๆ กรุงเทพมหานคร สวนดอกไม้จากทางภาคเหนือโดยใช้เงื่อนไขตั้งซื้อทั้งระบบเครดิตและเงินสด แหล่งดอกไม้จากปากคลองตลาดส่วนใหญ่ใช้เงื่อนไขตั้งซื้อในระบบเงินสด นอกจากนี้เป็นลูกค้าประจำใช้ระบบเครดิตในระยะเวลาไม่นานนัก สำหรับการตั้งซื้อจากสวนดอกไม้โดยตรงบางรายอาจทำสัญญาเป็นรายปี และมีการตกลงราคากันล่วงหน้า เพื่อป้องกันราคาขึ้นลง แต่เงื่อนไขชำระเงินยังให้เครดิตระยะสั้นสวนดอกไม้จากต่างประเทศตั้งซื้อจากตัวแทนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระยะเวลาเครดิตประมาณ 1 เดือน บางร้านตั้งดอกไม้สดจากต่างประเทศโดยตรง ส่วนใหญ่จากประเทศฮอลแลนด์ ในด้านแรงงานมีตั้งแต่ 1-20 คน แรงงานสำคัญต้องเป็นช่างที่มีความรู้ความชำนาญในการจัดดอกไม้ ปัจจัยสำคัญในการบริหารและระบบงานคือการจัดซื้อดอกไม้เข้าร้านซึ่งต้องประมาณจำนวนดอกไม้ให้เหลือค่าน้อยที่สุด เพราะดอกไม้มีอายุการเก็บรักษาสั้นการจัดตกแต่งใหม่ๆ หน้าร้านเป็นการ Display ที่ช่วยดึงดูดลูกค้าได้ดี

3. ด้านการตลาด พบว่าการตั้งราคาดอกไม้มักจะตั้งให้สูงขึ้นราว 30-70% เนื่องจากดอกไม้สดเป็นผลิตภัณฑ์อายุไม่ยืน (Perishable Goods) นอกจากนี้หากจัดได้สวยก็ตั้งให้ราคาสูงขึ้นได้อีก ในส่วนการจัดจำหน่ายดำเนินการได้ 2 ประเภท คือ ขายตรงหน้าร้าน ซึ่งลูกค้าอาจเป็นลูกค้าส่ง สั่งเข้ามาซื้อเพราะเห็นว่าร้านมีดอกไม้สวยดี และขายโดยรับสั่งทางโทรศัพท์ ซึ่งลูกค้าเป็นลูกค้าประเภทเจาะจง สั่งซื้อจากทางโทรศัพท์โดยเฉพาะ อาจเป็นลูกค้าประจำมีการให้เครดิตระยะสั้น ประมาณ 1 เดือน ส่วนภาวะการแข่งขัน พบว่า Life Style ของผู้ทำงานสำนักงาน ทำให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับดอกไม้มากขึ้น จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันนับแต่เกิดถึงตาย ลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ทำงานสำนักงาน และกลุ่มผู้มีฐานะเศรษฐกิจและสังคมสูง ท่ามกลางจึงมี 2 ลักษณะ คือ บ้านสำนักงาน และบริเวณใกล้วัด

ในด้านวิธีส่งเสริมการขาย พบว่า คำเนิการได้ 2 วิธี คือ การจัด Display หน้าร้าน และการเป็น Sponsor จัดแต่งฉากให้กับละครทางโทรทัศน์ มีดังนี้

1. เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พบว่าอายุไม่ยืน เสียได้ง่าย
2. เกี่ยวกับวัตถุดิบ พบว่าปริมาณวัตถุดิบขึ้นอยู่กับฤดูกาล บางครั้งวัตถุดิบขาดแคลน และราคาขึ้นลงไม่แน่นอน
3. เกี่ยวกับการผลิต พบว่าช่วงเทศกาล ผลิตไม่ทันกับความต้องการ แต่ในช่วงหน้าฝนความต้องการของตลาดมีน้อยมาก
4. เกี่ยวกับการขนส่ง พบว่ามีปัญหาเรื่องดอกไม้ช้ำ ไม่สด อันเนื่องมาจากการ Package ไม่ดีพอ โดยเฉพาะการขนส่งจากผู้ผลิตถึงร้านค้าภายในประเทศ
5. เกี่ยวกับผู้บริโภค พบว่าลูกค้าบางรายจู้จี้ จะเลือกดอกไม้เอง ทำให้ดอกไม้ช้ำ
6. เกี่ยวกับกฎหมายและภาษี พบว่ามีการประเมินภาษีแพงมาก

จากผลการศึกษารายกรณีของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ เพื่อประกอบการศึกษารายวิชา 225-491 หัวข้อพิเศษวิศวกรรมอุตสาหกรรม 1 พ.ศ. 2538 โดยได้ศึกษาเรื่องธุรกิจที่น่าสนใจในเมืองหาดใหญ่ กรณีร้านขายดอกไม้ พอสรูปได้ดังนี้

1. รูปแบบและประเภทร้านดอกไม้
 - 1.1 การขายดอกไม้ในอำเภอหาดใหญ่ มีหลายรูปแบบมีการขายตามแผงลอยข้างถนน แผงลอยในตลาด และในร้านดอกไม้โดยตรง
 - 1.2 ประเภทของดอกไม้ที่ขายในอำเภอหาดใหญ่ มีดอกไม้ 3 ประเภท
 - (1.2.1) ดอกไม้สด
 - (1.2.2) ดอกไม้แห้ง
 - (1.2.3) ดอกไม้ประดิษฐ์
 - 1.3 ร้านขายดอกไม้ในหาดใหญ่ ขายดอกไม้ตามลักษณะดอกไม้ 4 ประเภท
 - (1.3.1) ร้านขายดอกไม้สดอย่างเดียว
 - (1.3.2) ร้านขายดอกไม้สดและดอกไม้แห้ง
 - (1.3.3) ร้านขายดอกไม้สด ดอกไม้แห้งและดอกไม้ประดับ
 - (1.3.4) ร้านขายดอกไม้ประดับ

2. ราคาและการบริการ

ราคาคอกไม้ในอำเภอหาดใหญ่กำหนดจากแหล่งที่มาของคอกไม้และรูปแบบการจัดคอกไม้ การให้บริการของร้านมีทั้ง 2 ลักษณะ กล่าวคือ บางร้านบริการจัดส่งให้ลูกค้า โดยไม่คิดราคาเพิ่ม บางร้านคิดค่าบริการเพิ่มเติมในการจัดส่ง

3. กลุ่มลูกค้า

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนกลุ่มระดับกลางถึงระดับสูง

4. แหล่งวัตถุดิบ ต้นทุนและราคาขาย

ร้านคอกไม้ในหาดใหญ่ คอกไม้สคมีแหล่งวัตถุดิบ จากทางภาคเหนือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศออสเตรเลีย ส่วนคอกไม้แห่งมาจากภาคเหนือจากโครงการหลวงฯ และจากภาคใต้จากศูนย์พิภูลทอง จังหวัดนราธิวาส

สำหรับราคาคอกไม้ ไม่ได้ได้รับความร่วมมือในการเปิดเผยราคาค่าต้นทุนและกำไรจากร้านคอกไม้ในหาดใหญ่

5. ทำเลที่ตั้ง

จากการศึกษา พบว่าตามใกล้แหล่งธุรกิจสำนักงานตั้งไม่ไกลจากแหล่งชุมชนมากเกินไป

6. จำนวนพนักงาน

โดยทั่วไปร้านจะมีพนักงานประมาณ 3 - 4 คน และส่วนใหญ่เป็นเครือญาติช่วยกันทำ

7. คอกไม้ที่นิยม

คอกกุหลาบและคาร์เนชั่น เป็นคอกไม้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากสวย ราคาไม่แพง

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. สถิติข้อมูลการผลิตไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญ. ฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับ กองส่งเสริมพืชพันธุ์. 2535.

กันยา เหมพัฒน์. ไม้ดอกไม้ประดับ. ภาควิชาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2535.

คณัช บุญเกียรติ. การปฏิบัติภายหลังการเก็บเกี่ยวดอกไม้. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535.

บรรพต เกียรติธนะบำรุง พุทธิภพ ธนาวุฒิ และสัมฤทธิ์ ถิมพฤษ์เกษม. รายงานเรื่อง *ธุรกิจที่น่าสนใจในอำเภอหาดใหญ่ (ร้านขายดอกไม้)*. สงขลา : ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์, 2538.

ปิฎฐะ บุนนาค. “ไม้ดอกไม้ประดับในภาคใต้”. ในมณฑล กุลละวณิช (บรรณาธิการ), *ไม้ดอกไม้ประดับและแนวคิดในการตกแต่งสถานที่* หน้า 1-5. ม.ป.ท. : ม.ป.ป., 2523.

สมเพียร เกษมทรัพย์. *การปลูกไม้ดอกไม้ประดับ*. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2525.

สาขชล เกตุมา. *เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวของดอกไม้*. ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสารมวลชน, 2531.

สืบศักดิ์ นวจินดา. “เทคโนโลยีการผลิตกุหลาบ”. ในณรงค์ โฉมเฉลา (บรรณาธิการ), *เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ*. หน้า 22-26. ม.ป.ท. : สมาคมไม้ประดับแห่งประเทศไทย, 2534.

สุนทร ปุณโณทก. **ไม้ดอกไม้ประดับและการตกแต่งสถานที่**. ภาควิชาเกษตรศาสตร์
วิทยาลัยครูฉะเชิงเทรา, 2522.

สุวิสา พัฒนเกียรติ และพัฒนา สุขประเสริฐ. **เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตร
การตัดดอกไม้ตามหลักสากลเบื้องต้น**, ม.ป.ท. : ม.ป.ป., 2537.

“ร้านขายดอกไม้”. **ในวิธีชั่งองทุนทำการค้าขนาดย่อมยอดนิยม 50 ประเภท**.
กรุงเทพมหานคร : กองบรรณาธิการ คลังสมอง , ม.ป.ป.

อภิสิทธิ์ อีสริยานุกูล และจิตรภาพรณ พิสิฏ . 2526 . **สภาวะตลาดภายในประเทศและตลาด
นักท่องเที่ยว**, 104 - 176. ในสัมมนาการปรับปรุงและการพัฒนาอุตสาหกรรม
กล้วยไม้ไทย , **โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด**
กรุงเทพมหานคร , 2526.

บทที่ 3

ผลการวิจัย : ร้านขายดอกไม้ในภาคใหญ่-สงขลา

ในบทนี้จะเสนอผลการศึกษากเกี่ยวกับร้านขายดอกไม้ในบริเวณภาคใหญ่ - สงขลา ซึ่งถือได้ว่าเป็นการศึกษาอย่างเป็นระบบเป็นครั้งแรก จากข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกิจการร้านขายดอกไม้รวมทั้งสิ้น 70 ราย ซึ่งคิดเป็น 48.3% ของจำนวนผู้ประกอบการ เท่าที่สำรวจพบทั้งสิ้น 145 ราย โดยแยกเป็นร้านขายดอกไม้ในภาคใหญ่และเมืองสงขลาประมาณ 34 ร้าน ส่วนแฝงลอยในภาคใหญ่ประมาณ 67 ร้าน และในอำเภอเมืองสงขลาประมาณ 44 ร้าน ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ดีว่าพอเพียงที่จะเป็นตัวแทนของร้านขายดอกไม้ทั้งหมดในท้องที่นี้ได้

การนำเสนอและการวิเคราะห์ข้อมูล จะเสนอในลักษณะการพรรณนาเชิงสถิติ หากมีประเด็นใดที่ควรแก่การศึกษาวิเคราะห์ในรายละเอียด จะนำมาพิจารณาในตอนท้ายของบทนี้

3.1 ประเภทของร้านขายดอกไม้

จากลักษณะของร้านสามารถจำแนกร้านขายดอกไม้ ออกได้เป็น 2 ประเภท อย่างชัดเจน คือ

1. ร้านค้า มีลักษณะเป็นร้านที่มีที่ค้ำแน่นนอน เกือบทั้งหมดมีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนในเขตเทศบาล มักจะเปิดจำหน่ายทุกวันเป็นประจำ จำนวนร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม 27 ราย จากจำนวนทั้งหมด 70 ราย หรือคิดเป็น 38.6 % ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม
2. แฝงลอย มีลักษณะเป็นโต๊ะหรือแผงวางจำหน่าย ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนในเขตเทศบาล เช่นกัน ส่วนมากจะวางจำหน่ายบนบาทวิถี หรือทางเดินในเขตตลาดสด การวางจำหน่ายจะจำหน่ายทุกวัน แต่อาจจะมีการปิดแผงการย้ายสถานที่ตั้งได้ง่ายกว่าร้านค้า จำนวนแฝงลอยที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 43 ราย จากผู้ตอบทั้งหมด 70 ราย หรือ 61.4%

3.2 ที่ตั้งของร้านขายดอกไม้

ที่ตั้งของร้านค้าและแผงลอย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มเทศบาลนครหาดใหญ่ (66.7%) และกลุ่มเทศบาลเมืองสงขลา (33.3%) ในแต่ละกลุ่มใหญ่ยังแบ่งเป็นกลุ่มย่อยๆ ต่อไปอีก

ในเทศบาลนครหาดใหญ่ ร้านค้าที่ขายดอกไม้ส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ทั่วๆ ไปในเมือง รองลงมาคือบริเวณสามแยกคลองเวียนและสามแยกคอหงส์ ส่วนแผงลอยจะกระจุกตัวอยู่ที่บริเวณตลาดกิมฮง รองลงมาคือตลาดสดเทศบาล

ในเทศบาลเมืองสงขลา ทั้งร้านค้าและแผงลอยจำหน่ายดอกไม้เกือบทั้งหมดจะกระจุกตัวกันอยู่ที่บริเวณตลาดทรัพย์สิน รองลงมาตลาดสดถนนทะเลหลวง

รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของร้านขายดอกไม้ ที่ตอบแบบสอบถามได้แสดงไว้ในตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 สถานที่ตั้งของร้านขายดอกไม้ที่ตอบแบบสอบถาม

ที่ตั้ง		ปริมาณร้านค้า (%)	ปริมาณแผงลอย (%)	รวม (%)
1	เทศบาลนครหาดใหญ่	23 (32.9)	24 (34.3)	47 (67.2)
1.1	ตลาดกิมฮง	-	16 (22.9)	16 (22.9)
1.2	ตลาดเทศบาล	-	3 (4.3)	3 (4.3)
1.3	ในเมืองหาดใหญ่	13 (18.6)	-	13 (18.1)
1.4	ตลาดใหม่	1 (1.4)	2 (2.9)	3 (4.3)
1.5	คลองเวียน	4 (5.7)	3 (4.3)	7 (10.0)
1.6	คอหงส์	4 (5.7)	-	-
1.7	จตุรี	1 (1.4)	-	1 (1.4)
2	เทศบาลเมืองสงขลา	4 (5.8)	19 (27.1)	23 (32.9)
2.1	ตลาดทรัพย์สิน	2 (2.8)	10 (14.3)	12 (17.1)
2.2	ตลาด ถนนทะเลหลวง	1 (1.4)	9 (12.9)	10 (14.3)
2.3	ถนนกาญจนวนิช	1 (1.4)	-	1 (1.4)
รวม		27 (38.6)	43 (61.4)	70 (100.0)

เป็นที่สังเกตว่าผู้ขายดอกไม้ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในทุกๆ บริเวณ ซึ่งได้รับคำตอบในอัตราค่อนข้างสูง ประมาณ 70-80% ของจำนวนร้านค้าและแผงลอย ยกเว้นบริเวณตลาดสดเทศบาลเมืองหาดใหญ่มีผู้นิยมตอบแบบสอบถามเพียง 3 ราย จากจำนวนแผงลอยทั้งสิ้นประมาณ 8 แผง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะในบริเวณนี้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง

3.3 การเป็นเจ้าของสถานที่

แผงลอยทั้งหมดไม่มีสถานที่ที่เป็นของตนเอง แต่อาศัยการเช่าที่ประกอบการ ส่วนร้านค้านั้น ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของสถานที่เอง 14 ราย (51.9%) และเช่าสถานที่ประกอบการ 13 ราย (48.1%) หรือประมาณครึ่งต่อครึ่ง

3.4 จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับร้านค้า

เป็นที่เข้าใจกันดีว่าเป็นการยากที่จะทำให้ผู้ประกอบการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับเงินลงทุนและต้นทุน และเป็นการยากที่จะตัดสินใจว่าข้อมูลเหล่านี้เชื่อถือได้เพียงใด อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้พยายามสอบถามหาตัวเลข และจัดกลุ่มร้านค้า โดยใช้เงินลงทุนเริ่มต้นเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่ม A	ร้านค้าที่มีเงินลงทุน เริ่มต้นน้อยกว่า	30,000 บาท
กลุ่ม B	ร้านค้าที่มีเงินลงทุน เริ่มต้นตั้งแต่	30,000-500,000 บาท
กลุ่ม C	ร้านค้าที่มีเงินลงทุน เริ่มต้นมากกว่า	500,000 บาท

และได้ข้อสรุปดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับร้านค้า

เงินลงทุนเริ่มต้น	จัดกลุ่มแบบเดิม (%)	จัดกลุ่มใหม่ (%)
น้อยกว่า 100,000 บาท	4 (14.8)	12 (44.4) กลุ่ม A
100,001-200,000 บาท	8 (29.6)	
200,001-300,000 บาท	3 (11.1)	
300,001-400,000 บาท	4 (14.8)	9 (33.3) กลุ่ม B
400,001-500,000 บาท	2 (07.4)	
มากกว่า 500,000 บาท	6 (22.2)	6 (22.2) กลุ่ม C
รวม	27 (100.0)	27 (100.0)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยโดยประมาณ = $1,000 (4 \times 95 + 8 \times 150 + 3 \times 250 + 4 \times 350 + 2 \times 450 + 6 \times 550) / 27$
 $= 7,930,000 / 27 = 293,703$ บาท $\approx 290,000$ บาท

จากผลการสอบถาม พบว่าร้านค้าแบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่ม A เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กมีจำนวน 44.4% กลุ่ม B เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางมีจำนวน 33.3% ส่วนกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่ม C เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีจำนวน 22.2%

สรุปได้ว่าจำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับร้านค้ามีความหลากหลาย ซึ่งแสดงให้เห็นความหลากหลายในขนาดของกิจการและอาจจะหมายถึงความหลากหลายในวิธีการบริหารกิจการด้วย

3.5 จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับแผงลอย

แผงลอยส่วนมาก (44.2%) จะใช้เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยมาก คือไม่เกิน 5,000 บาท ทั้งหมด (100.0%) จะใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่เกิน 20,000 บาท ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-3

การที่แผงลอยใช้เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยนี้ เป็นลักษณะหนึ่งที่แยกลักษณะของแผงลอยให้แตกต่างจากร้านค้าอย่างเห็นได้ชัดเจน

ตารางที่ 3-3 จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับแผงลอย

เงินลงทุนเริ่มต้น	จำนวน (%)
น้อยกว่า 5,000 บาท	19 (44.2)
5,001-10,000 บาท	15 (34.8)
10,001-15,000 บาท	16 (14.0)
15,001-20,000 บาท	3 (7.0)
มากกว่า 20,000 บาท	-
รวม	43 (100.0)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยโดยประมาณ = $1,000 (19 \times 2.5 + 15 \times 7.5 + 16 \times 12.5 + 3 \times 17.5) / 43$
 $= 412,500 / 43 = 9,593$ บาท $\approx 9,600$ บาท

3.6 จำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนสำหรับร้านค้าและแผงลอย

ร้านค้าส่วนมาก (30.8%) จะใช้เงินทุนหมุนเวียนเดือนละ 20,001-30,000 บาท ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-4 แต่ค่าเฉลี่ยโดยประมาณของเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนคือ 35,000 บาท แผงลอยส่วนมาก (44.2%) จะใช้เงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่า 10,000 บาท และส่วนมากเช่นกัน (44.2%) จะใช้เงินทุนหมุนเวียนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท และค่าเฉลี่ยจะอยู่ที่ 11,000 บาท จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าแผงลอยใช้เงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่าร้านค้าประมาณ 3 เท่า

ตารางที่ 3-4 จำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนสำหรับร้านค้าและแผงลอย

จำนวนเงินลงทุนหมุนเวียน	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
น้อยกว่า 10,000 บาท	1 (3.7)	19 (44.2)
10,001 - 20,000 บาท	3 (11.1)	19 (44.2)
20,001 - 30,000 บาท	9 (33.3)	2 (4.7)
30,001 - 40,000 บาท	3 (11.1)	1 (2.3)
40,001 - 50,000 บาท	6 (22.2)	1 (2.3)
50,001 - 100,000 บาท	3 (11.1)	-
มากกว่า 100,000 บาท	-	-
ไม่ตอบ	2 (7.4)	1 (2.3)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยโดยประมาณของเงินทุนหมุนเวียนสำหรับร้านค้า = 35,030 ≈ 35,000 บาท/เดือน
 ค่าเฉลี่ยโดยประมาณของเงินทุนหมุนเวียนสำหรับแผงลอย = 11,071 ≈ 11,000 บาท/เดือน

3.7 ประเภทของดอกไม้ที่ขาย

ร้านค้าทุกร้าน (100.0%) ขายดอกไม้สดเป็นหลัก และหลายร้านมีการขายดอกไม้แห้ง (77.7%) รองลงมาจากนั้น จำนวน 66.7% ของร้านจะขายดอกไม้ประดิษฐ์ด้วย จำนวน 66.7%

แผงลอยทั้งหมด (100.0%) ขายดอกไม้สดเป็นหลักเช่นกัน มีเพียงแผงลอยจำนวนน้อยมาก (11.6%) ที่ขายดอกไม้แห้งด้วย ไม่มีแผงลอยใดที่ขายดอกไม้ประดิษฐ์ ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-5

ตารางที่ 3-5 ประเภทของดอกไม้ที่ขาย

ประเภทของดอกไม้	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ดอกไม้สด	27 (100.0)	43 (100.0)
ดอกไม้แห้ง	27 (77.7)	5 (11.6)
ดอกไม้ประดิษฐ์	18 (66.7)	-
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.8 ประเภทของดอกไม้ที่ขายดีที่สุด

ร้านค้าเกือบทั้งหมด (92.3%) ตอบร้านดอกไม้สดขายดีที่สุด แต่เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายไม่ชัดเจน เพราะไม่ได้มีการทำบัญชีอย่างจริงจัง และถือว่าสินค้าแต่ละอย่างขายดีพอๆ กัน จึงมีจำนวนคำตอบ 65.4% ที่อาจจะกล่าวได้ว่าดอกไม้แห้งขายดีที่สุด และ 38.5% กล่าวว่าดอกไม้ประดิษฐ์ขายดีที่สุด คือเท่าๆ กับดอกไม้ชนิดอื่นๆ ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-6

ในกรณีของแผงลอย ได้รับคำตอบชัดเจน คือทุกแผง (100.0%) จะตอบว่าดอกไม้สดขายดีที่สุด

จะเห็นได้ว่าตลาดสินค้าดอกไม้ยังมีดอกไม้สดเป็นสินค้าหลัก ดอกไม้แห้งและดอกไม้ประดิษฐ์เป็นสินค้าเสริม

ตารางที่ 3-6 ประเภทของดอกไม้ที่ขายดีที่สุด

ประเภทของดอกไม้	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ดอกไม้สด	26 (96.3)	43 (100.0)
ดอกไม้แห้ง	16 (25.9)	-
ดอกไม้ประดิษฐ์	10 (37.0)	-
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

ในการศึกษาต่อไปหลังจากนี้ จะศึกษาเฉพาะสินค้าหลักคือดอกไม้สดเท่านั้น ส่วนดอกไม้แห้งและดอกไม้ประดิษฐ์จะยังไม่นำมาพิจารณา เพราะถือว่ายังมีความสำคัญน้อย

3.9 กลุ่มลูกค้าของร้านค้าขายดอกไม้

กลุ่มลูกค้าได้จำแนกเป็น 7 กลุ่ม ผู้สอบถามได้ขอให้ร้านขายดอกไม้ทั้ง 27 ร้าน เรียงลำดับความสำคัญของกลุ่มลูกค้า ซึ่งในที่นี้จะนำมาพิจารณาเฉพาะลำดับความสำคัญ 1 ถึง 3 ตามลำดับจากสำคัญมากไปหาน้อย ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-7

ตารางที่ 3-7 ลำดับความสำคัญของกลุ่มลูกค้าของร้านค้าขายดอกไม้

ลำดับที่ของ ความสำคัญ	กลุ่มลูกค้า (จำนวน)							รวม
	รายย่อย	โรงแรม	สถาบัน การศึกษา	ร้านอาหาร ภัตตาคาร	บริษัท ห้างร้าน	หน่วยงาน ราชการ	ไม่ตอบ	
1	17	-	1	-	6	3	-	27
2	4	3	5	-	6	5	4	27
3	3	2	6	1	3	5	6	26
รวม	42	5	12	1	15	13	10	80
เรียงลำดับ ความสำคัญ	1	5	4	6	2	3	-	-

เมื่อพิจารณาจากความถี่ของคำตอบของลูกค้าที่ได้รับการให้ความสำคัญในลำดับต้น คือ ลำดับที่ 1-3 พบว่าลูกค้ารายย่อยเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญที่สุด (18 ราย) รองลงมาคือ บริษัทห้างร้าน (15 ราย) และหน่วยงานราชการ (13 ราย) สถาบันการศึกษามีความสำคัญอยู่ในลำดับที่ 4 (12 ราย) ส่วนโรงแรมมีความสำคัญเป็นลำดับที่ 5 (5 ราย)

3.10 กลุ่มลูกค้าของแผงลอยขายดอกไม้

จากแผงลอยที่ตอบแบบสอบถามรวม 43 แผง พบว่ากลุ่มลูกค้าที่สำคัญที่สุดคือลูกค้ารายย่อย (42 ราย) ที่สำคัญลำดับที่สอง คือสถาบันการศึกษา (10 ราย) ลูกค้ากลุ่มอื่นนอกเหนือจากนี้มีความสำคัญน้อย (1-2 ราย) ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 3-8

ตารางที่ 3-8 ลำดับความสำคัญของกลุ่มลูกค้าของแผงลอยขายดอกไม้

ลำดับที่ของ ความสำคัญ	กลุ่มลูกค้า(จำนวน)							รวม
	รายย่อย	โรงแรม	สถาบัน การศึกษา	ร้านอาหาร ภัตตาคาร	บริษัท ห้างร้าน	หน่วยงาน ราชการ	ไม่ตอบ	
1	41	1	1	-	-	-	-	43
2	-	-	9	1	-	-	33	43
3	1	-	-	1	2	1	38	43
รวม	42	1	10	2	2	1	71	129
เรียงลำดับ ความสำคัญ	1	5	2	3	3	5	-	-

3.11 วิธีซื้อดอกไม้

ร้านค้าส่วนใหญ่ (88.9%) ซื้อดอกไม้ผ่านคนกลาง มีเพียงบางส่วน (48.1%) ใช้วิธีซื้อจากสวนโดยตรงด้วย ในกรณีของแผงลอย แผงลอยทุกแห่ง (100.0%) ซื้อดอกไม้ผ่านคนกลาง และประมาณครึ่งหนึ่ง (51.2%) ซื้อโดยตรงจากสวนดอกไม้ด้วย

สรุปได้ว่าพ่อค้าคนกลางมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจค้าดอกไม้ คนกลางเป็นกลไกหลักในการรับดอกไม้จากผู้ผลิตไปยังร้านค้าและแผงลอย มีร้านค้าและแผงลอยประมาณครึ่งหนึ่งเท่านั้น ที่ใช้วิธีซื้อโดยตรงจากสวนด้วย รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-9

ตารางที่ 3-9 วิธีการซื้อดอกไม้

วิธีการซื้อดอกไม้	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ซื้อโดยตรงจากสวน	13 (48.1)	22 (51.2)
ซื้อผ่านคนกลาง	24 (88.9)	43 (100.0)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.12 แหล่งที่มาของดอกไม้

ดอกไม้สดที่จำหน่ายในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา มีแหล่งที่มาหลายแหล่ง โดยมีสัดส่วนที่มาต่างๆ กัน ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-10

ร้านค้าเกือบทั้งหมด (92.6%) มีแหล่งที่มาของดอกไม้ส่วนใหญ่จากประเทศมาเลเซีย รองลงมาคือ ภาคเหนือ (59.3%) และจากสวนในหาดใหญ่ (59.3%) แผงลอยส่วนมากจะมีแหล่งขายดอกไม้ส่วนใหญ่จากมาเลเซียเช่นกัน (86.0%) รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร (67.4%) และภาคเหนือ (60.4%)

จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันที่สังเกตได้ระหว่างร้านค้าและแผงลอยในขณะที่สวนในหาดใหญ่เป็นแหล่งดอกไม้ที่สำคัญแหล่งหนึ่งของร้านค้า แต่ไม่สำคัญกับแผงลอย กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งดอกไม้ที่สำคัญสำหรับแผงลอย แต่ไม่สำคัญกับร้านค้า อย่างไรก็ตามแหล่งดอกไม้หลักก็คือมาเลเซีย ซึ่งตรงกันทั้งร้านค้าและแผงลอย

ตารางที่ 3-10 แหล่งที่มาของดอกเบี้ย

แหล่งที่มา	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ภาคเหนือ	16 (59.3)	26 (60.4)
กรุงเทพมหานคร	13 (48.1)	29 (67.4)
นราธิวาส, ยะลา, เบตง	4 (14.8)	-
มาเลเซีย	25 (92.6)	37 (86.0)
สวนในภาคใหญ่	16 (59.3)	12 (27.9)
สวนต่างอำเภอในสงขลา	7 (25.9)	17 (39.5)
รวม	27 (100.0)	47 (100.0)

3.13 เงื่อนไขการซื้อดอกเบี้ย

เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการและเงื่อนไขในการซื้อดอกเบี้ย ได้สอบถามถึงวิธีการซื้อดอกเบี้ยของร้านขายดอกเบี้ย จำเป็นเงินสดอย่างเดียว เงินเชื่ออย่างเดียว หรือใช้ทั้งเงินสดและเงินเชื่อปะปนกันไป ได้รับคำตอบดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-11

ร้านค้าส่วนใหญ่ (66.7%) จะจ่ายเงินซื้อทั้งเงินสดและเงินเชื่อ รองลงมาคือใช้เงินสดอย่างเดียว (30.8%) และมีเพียงร้านเดียวที่จ่ายเป็นเงินเชื่ออย่างเดียว (3.8%)

แผงลอยก็มีลักษณะของการดำเนินการคล้ายกัน คือส่วนใหญ่จะใช้ทั้งระบบซื้อเงินเชื่อและเงินสดปะปนกันไป (51.2%) รองลงมาคือใช้เงินสดอย่างเดียว (30.2%) การจ่ายเงินซึ่งเป็นเงินเชื่ออย่างเดียวมีน้อยเช่นกัน (18.6%) แต่การใช้เงินเชื่อในแผงลอยจะมีอัตราส่วนสูงกว่าร้านค้า

ตารางที่ 3-11 เงื่อนไขการซื้อดอกไม้

วิธีการจ่ายเงินซื้อดอกไม้	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
จ่ายเป็นเงินสดอย่างเดียว	8 (29.6)	13 (30.2)
จ่ายเป็นเงินเชื่ออย่างเดียว	1 (3.7)	8 (18.6)
จ่ายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ	18 (66.7)	22 (51.2)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.14 จำนวนแรงงานที่ใช้ในร้าน

ร้านค้าดอกไม้เป็นร้านขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ (81.5%) มีจำนวนแรงงาน 1-3 คน มีเพียงส่วนน้อย (18.5%) ที่มีแรงงาน 4-6 คน

แผงลอยเป็นกิจการขนาดเล็กกว่าร้านค้า กล่าวคือทุกแผง (100.0%) มีจำนวนแรงงาน 1-3 คน ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-12

ตารางที่ 3-12 จำนวนแรงงานที่ใช้ในร้าน

จำนวนแรงงาน	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
1-3 คน	22 (81.5)	43 (100.0)
4-6 คน	5 (18.5)	-
7-9 คน	-	-
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.15 อัตราส่วนปริมาณดอกไม้คงเหลือใช้การไม่ได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ร้านค้าส่วนมาก (33.3%) จะมีอัตราส่วนปริมาณดอกไม้คงเหลือใช้การไม่ได้ 0-5% และร้านอีก 33.3% ก็จะมีอัตราส่วนปริมาณดอกไม้ที่เหลือใช้การไม่ได้เดือนละ 6-10% ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-13

แผงลอยส่วนมาก (58.1%) จะมีอัตราส่วนดอกไม้เฉลี่ยเดือนละ 0-5% รองลงมา (16.3%) จะมีดอกไม้คงเหลือมากกว่า 20% และไม่มีแผงลอยใดที่มีดอกไม้เหลือ 11-15%

ร้านค้าและแผงลอยหลายแห่งได้ให้คำอธิบายเพิ่มเติมว่าในแต่ละวันจะมีอัตราส่วนดอกไม้เหลือประมาณ 20% หรือมากกว่านั้น ทางร้านจะนำดอกไม้ที่เหลือมาแบ่งเป็นสองหรือสามเกรด ส่วนที่คุณภาพต่ำมากก็จะทิ้งไป ส่วนที่คุณภาพยังใช้ได้แม้จะไม่ดีอย่างสมบูรณ์ก็จะนำไปขายลดราคาหรือแถมให้แก่ลูกค้า เป็นผลให้อัตราส่วนดอกไม้ที่คงเหลือใช้การไม่ได้และต้องทิ้งไปมีอัตราต่ำ เช่น 0.5%

ตารางที่ 3-13 ปริมาณดอกไม้คงเหลือใช้การไม่ได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณดอกไม้คงเหลือใช้การไม่ได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
0-5 %	9 (33.3)	25 (58.1)
6-10 %	9 (33.3)	6 (14.0)
11-15 %	4 (14.8)	-
16-20 %	2 (7.4)	4 (9.3)
มากกว่า 20 %	2 (7.4)	7 (16.3)
ไม่ตอบ	1 (3.7)	1 (2.3)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.16 สาเหตุที่ทำให้ดอกไม้คงเหลือ

ร้านค้าส่วนใหญ่ (77.8%) ตอบว่าสาเหตุที่ทำให้มีอัตราส่วนดอกไม้คงเหลือก็เพราะสั่งซื้อดอกไม้มากเกินไป ส่วนแผงลอยส่วนใหญ่ (50.2%) ตอบว่าสาเหตุที่ทำให้ดอกไม้คงเหลือก็คือการจัดเก็บไม่ดีพอ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-14

สาเหตุที่คำตอบแตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะร้านค้ามีอุปกรณ์และวิธีการเก็บดอกไม้ที่ดีกว่าแผงลอย

ตารางที่ 3-14 สาเหตุที่ทำให้ดอกไม้คงเหลือ

สาเหตุ	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
จัดเก็บไม่ดี	4 (14.8)	22 (51.2)
ซื้อปริมาณมากเกินไป	21 (77.8)	20 (46.5)
คุณภาพของดอกไม้ไม่ดี	5 (18.5)	3 (7.0)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.17 วิธีการตั้งราคาขาย

เมื่อคิดราคาขายโดยการบวกเพิ่มจากราคาซื้อจะพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ (37.0%) จะตั้งราคาขายสูงกว่าราคาซื้อ 20-25% ในส่วนของแผงลอยก็เช่นกัน แผงลอยส่วนใหญ่ (46.5%) จะตั้งราคาขายสูงกว่าราคาซื้อ 20-25% เช่นกัน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-15

ตารางที่ 3-15 ราคาขายที่บวกเพิ่มจากราคาซื้อ

อัตราส่วนที่บวกเพิ่ม	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
น้อยกว่า 20%	2 (7.4)	2 (4.7)
20-25%	10 (37.0)	20 (46.5)
20-30%	1 (3.7)	12 (27.9)
31-35%	5 (18.5)	1 (2.3)
36-40%	3 (11.1)	-
41-45%	-	-
46-50%	-	-
มากกว่า 50%	3 (11.1)	-
ไม่ตอบ	3 (11.1)	8 (18.6)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.18 วิธีการขาย

วิธีการขายแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ ขายหน้าร้านโดยตรง ขายโดยลูกค้าโทรศัพท์มาสั่งซื้อล่วงหน้า และใช้วิธีการขายสินค้าแบบข้างต้นรวมกัน ความแตกต่างระหว่างวิธีการขายของร้านค้าและแผงลอยจะเห็นได้อย่างชัดเจน โดยที่ร้านค้าส่วนใหญ่ (88.5%) จะใช้วิธีการขายหน้าร้านและการให้ลูกค้าสั่งซื้อทางโทรศัพท์ประกอบกันทั้งสองวิธี แต่แผงลอยส่วนใหญ่ (83.7%) จะใช้การขายหน้าร้านวิธีเดียว ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-16

ตารางที่ 3-16 วิธีการขาย

วิธีการขาย	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ขายหน้าร้านโดยตรง	2 (7.4)	36 (83.7)
ลูกค้าสั่งซื้อทางโทรศัพท์	-	-
ใช้ทั้งสองวิธี	24 (88.9)	6 (14.0)
ไม่ตอบ	1 (3.7)	1 (2.3)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.19 วิธีการจ่ายเงินของลูกค้า

วิธีการจ่ายเงินของลูกค้ามี 3 วิธี คือ จ่ายเป็นเงินสด เป็นเงินเชื่อ และจ่ายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ ร้านค้าส่วนมาก (70.4%) และแผงลอยส่วนมาก (53.5%) จะจำหน่ายโดยวิธีทั้งจ่ายเงินสดและเงินเชื่อปะปนกันไป ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-17

ตารางที่ 3-17 วิธีการจ่ายเงินของลูกค้า

วิธีการจ่ายเงินของลูกค้า	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
จ่ายเป็นเงินสด	6 (22.2)	13 (30.2)
จ่ายเป็นเงินเชื่อ	1 (3.7)	7 (16.3)
จ่ายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ	19 (70.4)	23 (53.5)
ไม่ตอบ	1 (3.7)	-
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.20 การส่งเสริมการขาย

ร้านค้าดอกไม้ส่วนใหญ่ (74.1%) จะส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อ รองลงมาคือการแถม (11.1%) มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้วิธีอื่น คือ แนะนำวิธีการจัดดอกไม้ (3.7%) ให้บัตรสมาชิก (3.7%) ร้านค้า 11.1% ไม่มีการส่งเสริมการขาย

ในกรณีของแผงลอย แผงลอยส่วนใหญ่ (51.1%) ไม่มีการส่งเสริมการขาย ในส่วนของการส่งเสริมการขายแผงลอยบางส่วน (39.5%) มีการแถม และบางส่วน (37.2%) มีการให้ส่วนลด

ความแตกต่างระหว่างร้านค้าและแผงลอยในเรื่องของการส่งเสริมการขายจึงเห็นได้ชัดเจน โดยที่ร้านค้าส่วนมากจะส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลด แต่แผงลอยส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมการขาย รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-18

ตารางที่ 3-18 วิธีการส่งเสริมการขาย

วิธีการ	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ไม่มี	3 (11.1)	22 (51.1)
มีการให้ส่วนลด	20 (74.1)	16 (37.2)
มีการแถม	3 (11.1)	17 (39.5)
แนะนำวิธีจัดดอกไม้	1 (3.7)	1 (2.3)
ทำใบปลิวโฆษณา	1 (3.7)	-
ให้บัตรสมาชิก	1 (3.7)	-
ไม่ตอบ	2 (7.4)	-
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.21 อิทธิพลของทำเลที่ตั้งร้านต่อยอดขาย

ร้านค้าส่วนมาก (51.9%) ตอบว่าทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลมากต่อยอดขาย รองลงมา (37.0%) ตอบว่าทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลปานกลาง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-19

แผงลอยเกือบทั้งหมด (90.7%) ตอบว่าทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลมาก และที่เหลือ (9.3%) ตอบว่ามีอิทธิพลปานกลางจะเห็นได้ว่าทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อแผงลอยมากกว่าต่อร้านค้า

ตารางที่ 3-19 อิทธิพลของทำเลที่ตั้งร้านต่อยอดขาย

อิทธิพลของทำเลที่ตั้งร้าน	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ไม่มี	1 (3.7)	-
มีน้อย	1 (3.7)	-
มีปานกลาง	10 (37.0)	4 (9.3)
มีมาก	14 (51.9)	39 (90.7)
ไม่ตอบ	1 (3.7)	-
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

ในการสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังผลที่แสดงไว้ในตารางที่ 3-20 ร้านค้า (29.6%) ให้ความเห็นว่า การอยู่ในที่ชุมชน มีคนผ่านไปมา มาก มีคนรู้จักมากจะมีอิทธิพลสำคัญในการเพิ่มยอดขาย ร้านค้า (11.1%) อธิบายว่าที่จอดรถมีความสำคัญ ในการเพิ่มยอดขาย ส่วนแผงลอย (25.6%) ตอบว่าการอยู่ในที่ชุมชนมีความสำคัญ

ตารางที่ 3-20 ลักษณะของท่าเลที่ตั้งที่ติ

สิ่งที่ท่าเลที่ติควรมี	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
การอยู่ในที่ชุมชน	8 (29.6)	11 (25.6)
การมีที่จอดรถ	3 (11.1)	-
ไม่ตอบ	16 (59.3)	31 (74.4)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.22 ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

จากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน ได้ผลสรุป
ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-21

ร้านค้าส่วนใหญ่ (81.5%) ตอบว่าภาวะการแข่งขันมีมากในปัจจุบัน แผงลอย
ส่วนใหญ่ (86.0%) ก็ตอบเช่นเดียวกัน ธุรกิจขายดอกไม้ถึงแม้เป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มากนัก
แต่มีการแข่งขันกันสูง อาจจะเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มากนักเอง

ตารางที่ 3-21 ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

ภาวะการแข่งขัน	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ไม่มี	-	2 (4.7)
มีน้อย	1 (3.7)	-
มีปานกลาง	4 (14.8)	3 (7.0)
มีมาก	22 (81.5)	37 (86.0)
ไม่ตอบ	-	1 (2.3)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.23 ภาวะการแข่งขันในอนาคต

ร้านค้าส่วนมากคาดการณ์ว่า ในอนาคตการแข่งขันจะมีมาก (85.2%) และหลายร้านให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าตลาดดอกไม้ยังจะขยายตัวต่อไปอีก เนื่องจากผู้ซื้อวัยรุ่นมีความนิยมซื้อดอกไม้มาก และการแข่งขันคู่แข่งจะเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

แผงลอยส่วนมาก (69.8%) มีความเห็นว่าภาวะการแข่งขันในอนาคตจะมีมากเช่นกัน ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3-22

ตารางที่ 3-22 ภาวะการแข่งขันในอนาคต

ภาวะการแข่งขัน	ร้านค้า (%)	แผงลอย (%)
ไม่มี	-	3 (7.0)
มีน้อย	-	7 (16.3)
มีปานกลาง	4 (14.8)	1 (2.3)
มีมาก	23 (85.2)	30 (69.8)
ไม่ตอบ	-	2 (4.7)
รวม	27 (100.0)	43 (100.0)

3.24 ข้อจำกัดและปัญหาของการค้าดอกไม้ของร้านค้า

ในการเปิดโอกาสให้ร้านค้า แสดงข้อคิดเห็นอย่างเสรี ได้ผลดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-23 พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ (63.7%) เกี่ยวกับดอกไม้ ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวกับดอกไม้มีคุณภาพต่ำเพราะมีดอกไม้แตกหักหรือไม่สดปะปนมามาก (25.9%) ดอกไม้เสื่อมคุณภาพเร็ว ขณะที่เก็บไว้ (25.9%) ราคาดอกไม้ไม่แน่นอน (25.9%)

ปัญหาเกี่ยวกับการจำหน่าย มีผู้เห็นว่าเป็นปัญหา รองลงมา (40.7%) เช่น เกี่ยวข้องกับการซื้อดอกไม้มากเกินไปจนมีของเหลือมาก นอกนั้นเป็นปัญหาเล็กๆ น้อยๆ กระจุกกระจายกันไป ปัญหาเรื่องราคาจำหน่าย มีผู้เห็นว่าเป็นปัญหาเพียง 18.5% ผู้ขาย

ยอมรับว่า การตั้งราคาจะถูกจำกัดโดยการแข่งขัน มีการตัดราคาระหว่างร้านค้า มีการต่อรองราคาโดยลูกค้า และลูกค้าบางส่วนไม่ยอมทำความเข้าใจว่า ดอกไม้ที่มีคุณภาพดี ราคาจะสูงกว่าราคาโดยเฉลี่ย

ร้านค้า 18.5% ให้ความคิดเห็นว่ามีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า ส่วนมากเป็นเพราะลูกค้ามีรสนิยมที่ร้านค้าไม่อาจจะตอบสนองให้ได้ และมีปัญหาย่อยๆ เช่น ลูกค้าต้องการของคุณภาพดีแต่ราคาต่ำกว่าความเป็นจริงลูกค้าเงินเชื่อจ่ายเงินไม่ครบหรือค้างชำระเงิน และลูกค้าบางส่วนไม่มีความรู้เรื่องดอกไม้

ตารางที่ 3-23 ข้อจำกัดและปัญหาของการค้าดอกไม้ ตามข้อคิดเห็นของร้านค้า

สิ่งที่เป็ปัญหา	จำนวน (%)
ดอกไม้	17 (63.7)
การจำหน่าย	11 (40.7)
ราคา	5 (18.5)
ลูกค้า	5 (18.5)
รวม	27 (100.0)

3.25 ข้อจำกัดและปัญหาของการค้าดอกไม้ของแผงลอย

ในการตอบคำถามอย่างเสรี แผงลอยส่วนใหญ่ (55.8%) แจ้งว่ามีปัญหาเกี่ยวกับดอกไม้ ส่วนมาก (32.6%) กล่าวว่าดอกไม้มีปัญหาคุณภาพต่ำ เช่น ไม่สด หรือช้ำ นอกจากนี้ มีปัญหาราคาไม่แน่นอน หรือขึ้นลงตามฤดูกาล (18.6%) และดอกไม้บางชนิดขาดตลาดตามฤดูกาล (9.3%)

ปัญหารองลงมาคือ ปัญหาเรื่องราคาขาย (16.3%) ซึ่งมีการลดราคาเพราะตัดราคาในการแข่งขัน ปัญหาที่ผู้ขายในแผงลอยแจ้งให้ทราบคือลูกค้าจู้จี้ (16.3%) เล็กมาก แล้วบางทีก็ไม่ซื้อ

ปัญหาด้านการจำหน่าย แผงลอย 11.6% แจ้งว่าขอขยายตลาดเนื่องจาก เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้สูญเสียลูกค้าประเภทเด็ก นักเรียน และวัยรุ่นไปบางส่วนแสดงข้อคิดเห็นที่ได้จากแผงลอย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3-24

ตารางที่ 3-24 ข้อจำกัดและปัญหาของการค้าดอกไม้ ตามข้อคิดเห็นของแผงลอย

สิ่งที่ปัญหา	จำนวน (%)
ดอกไม้	24 (55.8)
การจำหน่าย	5 (11.6)
ราคา	7 (16.3)
ลูกค้า	7 (16.3)
ไม่ตอบ	12 (27.9)
รวม	43 (100.0)

3.26 ข้อสรุป

จากการศึกษา ได้พบว่าร้านขายดอกไม้แยกประเภทเป็น 2 ประเภทอย่างชัดเจน คือ ร้านค้าและแผงลอย ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้นำคำตอบที่ได้จากการกรอกแบบสอบถามร้านค้า 27 ราย และแผงลอย 43 ราย มารวบรวมและวิเคราะห์หาข้อสรุปไว้ในบทนี้ ข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่ถือว่าเป็นข้อมูล ครั้งแรกที่ได้มีการศึกษาอย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปใช้อ้างอิงต่อไปในอนาคต

บทที่ 4

ผลการวิจัย : สวนดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา

เป็นที่เข้าใจกันว่าดอกไม้ส่วนใหญ่ที่ใช้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา เป็นดอกไม้ที่นำมาจากที่อื่นๆ เช่น นำมาจากประเทศมาเลเซียและจากภาคเหนือของประเทศไทย รวมทั้งจากกรุงเทพมหานคร ดอกไม้ที่ผลิตในบริเวณหาดใหญ่-สงขลายังมีน้อย ปัญหาที่ท้าทายความเข้าใจก็คือเหตุใดเมื่อในบริเวณหาดใหญ่-สงขลามีความต้องการดอกไม้สูง จนมีการนำเข้ดอกไม้จากที่อื่น แต่การผลิตดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลายังมีน้อย

ในการวิจัยครั้งนี้จะได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อทำความเข้าใจลักษณะของผู้ผลิตดอกไม้ หรือสวนดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา และจะทำความเข้าใจถึงปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาสวนดอกไม้ เพื่อจะนำไปสู่การแสวงหาแนวทางแก้ไขต่อไป

อย่างไรก็ตาม ในการสอบถามข้อมูลสวนดอกไม้ได้พบกับอุปสรรคสำคัญ คือไม่ได้รับความร่วมมือในการให้ข้อมูลเท่าที่ควร หลังจากที่ได้ใช้ความพยายามเป็นอย่างมากในการแสวงหาข้อมูล ได้รับความร่วมมือจากสวนดอกไม้เพียง 8 แห่ง จากสวนดอกไม้ที่มีอยู่ทั้งหมดประมาณ 20 แห่ง หรือได้คำตอบประมาณ 40% ของจำนวนสวนทั้งหมด ข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้มาจึงอาจจะพอใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตได้

4.1 สถานที่ตั้งของสวนดอกไม้

สวนดอกไม้เกือบทั้งหมดในหาดใหญ่-สงขลา ยังเป็นสวนที่ใช้ความรู้ทางเทคโนโลยีสถานที่ตั้งสวนดอกไม้จะถูกกำหนดโดยปัจจัยหลายอย่าง เช่น การมีแหล่งน้ำสำหรับการเพาะปลูก การมีไฟฟ้าสำหรับการเปิดไฟฟ้แรงการออกดอก ถนนและการคมนาคมที่สะดวก ดังนี้เป็นต้น สวนดอกไม้ทั้ง 8 แห่ง ที่ตอบคำถามจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือตั้งอยู่นอกเขตชุมชนมีถนนเข้าถึง มีไฟฟ้า มีน้ำประปาหรือมีแหล่งน้ำที่มีคุณภาพดีและมีปริมาณเพียงพอ ที่ตั้งของสวนดอกไม้ซึ่งให้ความร่วมมือตอบคำถาม แสดงไว้ในตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 สถานที่ตั้งของสวนดอกไม้ ซึ่งให้ความร่วมมือตอบคำถาม

สถานที่ตั้งสวนดอกไม้	จำนวน
อ.หาดใหญ่ ค.ทุ่งตำเสา หมู่ที่ 7	2
อ.หาดใหญ่ ค.บ้านพรุ หมู่ที่ 5	3
อ.หาดใหญ่ ค.คอหงส์ หมู่ที่ 7	2
กิ่ง อ.นาหม่อม ค.คลองหรั่ง หมู่ที่ 6	1
รวม	8

4.2 พื้นที่ทำการเพาะปลูก

สวนดอกไม้ส่วนมาก (50.0%) จะมีพื้นที่ทำการเพาะปลูก 1-5 ไร่ รองลงมา (37.5%) มีพื้นที่เพาะปลูก 0.5-1 ไร่ มีเพียงส่วนน้อย (12.5%) ที่มีพื้นที่เพาะปลูก 5-10 ไร่ กล่าวโดยสรุป สวนทั้งหมดยังเป็นสวนขนาดเล็ก

ตารางที่ 4-2 ขนาดพื้นที่ทำการเพาะปลูก

ขนาดพื้นที่	จำนวน (%)
น้อยกว่า 1.5 ไร่	-
0.5-1 ไร่	3 (37.5)
1-5 ไร่	4 (50.0)
5-10 ไร่	1 (12.5)
10-20 ไร่	-
20 ไร่ขึ้นไป	-
รวม	8 (100.0)

4.3 ชื่อดอกไม้ที่ปลูก

ดอกไม้ที่ทางสวนปลูก จะขึ้นกับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความต้องการของลูกค้า กว่าจะได้รับจากการปลูกและขาย ความง่ายในการปลูกและดูแลรักษา เป็นต้น

ดอกไม้ที่ปลูกมากที่สุด (62.5%) คือ กุหลาบ รองลงมาคือ ฟีค็อก (37.5%) กัลวชไม้ มะลิ และดาวเรือง (อย่างละ 25%) จากนั้นเป็นเขอบีร่าและเฮลิโคเนีย (12.5%)

การที่ปลูกดอกกุหลาบมากที่สุด จะตอบสนองกับคำตอบจากผู้ค้าดอกไม้ ที่ว่า ดอกกุหลาบเป็นสินค้าหลักของการค้าดอกไม้ในบริเวณภาคใหญ่-สงขลา ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 ชื่อดอกไม้ที่ปลูก

ชื่อดอกไม้	จำนวนต้นที่ปลูก (%)
กุหลาบ	5 (62.5)
กัลวชไม้	2 (25.0)
มะลิ	2 (25.0)
ดาวเรือง	2 (25.0)
ฟีค็อก	3 (37.5)
เขอบีร่า	1 (12.5)
เฮลิโคเนีย	1 (12.5)
รวม	8 (100.0)

4.4 เหตุผลในการเลือกชนิดของดอกไม้มาปลูก

เหตุผลสำคัญที่สุดของการเลือกชนิดดอกไม้มาปลูกคือ การที่จำหน่ายดอกไม้ได้ง่าย (87.5%) ส่วนเหตุผลอื่นๆ เป็นเหตุผลรองลงมาคือ จำหน่ายพันธุ์ได้ง่าย (25.0%) ประดับสวนดอกไม้ให้สวยงาม (25.0%) ปลูกง่าย (25.0%) ขายพันธุ์ง่าย (12.5%) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 เหตุผลในการเลือกชนิดของดอกไม้มาปลูก

เหตุผล	จำนวน (%)
จำหน่ายดอกได้ง่าย	7 (87.5)
จำหน่ายพันธุ์ได้ง่าย	2 (25.0)
ประดับสวนให้สวยงาม	2 (25.0)
ปลูกง่าย	2 (25.0)
ขยายพันธุ์ง่าย	1 (12.5)
รวม	8 (100.0)

4.5 สถานการณ์ของตลาดดอกไม้และพันธุ์ไม้ตามความคิดเห็นของผู้ปลูก

จากการสอบถามผู้ปลูกดอกไม้ ทำให้เกิดความเข้าใจว่าผู้ปลูกแบ่งดอกไม้เป็น 2 ประเภท

1. ดอกไม้ที่ขายดอกเป็นรายได้หลัก มีการขยายพันธุ์น้อยมาก ได้แก่ กุหลาบ ฟิร็อก ดาวเรือง เขอบีร่า
2. ดอกไม้ที่ขายทั้งดอกทั้งพันธุ์เป็นรายได้ ได้แก่ กล้วยไม้ มะลิ เฮลิโคเนีย เป็นที่เข้าใจกันว่าดอกไม้เป็นผลผลิตหลัก แต่พันธุ์ไม้ก็เป็นรายได้เสริมที่สำคัญของดอกไม้บางชนิด ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์ของตลาดดอกไม้ จะวิเคราะห์ตลาดของดอกไม้ส่วนหนึ่ง และตลาดของพันธุ์ไม้อีกส่วนหนึ่ง

ตลาดดอกไม้ในปี พ.ศ. 2539 จัดอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก (อย่างละ 50%) ตลาดในปี พ.ศ. 2540 ได้ลดลงเล็กน้อย จัดอยู่ในเกณฑ์ดี (50%) ส่วนตลาดในปี พ.ศ. 2541 คาดว่าจะดีขึ้น จึงอยู่ในเกณฑ์ดีมากสูงถึง 62.5% ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-5

กล่าวโดยสรุป ผู้ปลูกส่วนมากมีความเห็นว่าสถานการณ์ของตลาดดอกไม้ในปี พ.ศ. 2540 จะลดลงจากปี พ.ศ. 2539 เล็กน้อย แต่สถานการณ์ในปี พ.ศ. 2541 จะดีขึ้นมาก ซึ่งดีกว่าปี พ.ศ. 2539

ตารางที่ 4-5 สถานการณ์ของตลาดดอกไม้

ราคาดอกไม้	สถานการณ์		
	ปีที่แล้ว (2539) จำนวน (%)	ปีนี้ (2540) จำนวน (%)	ปีหน้า (2541) จำนวน (%)
ดีมาก	4 (50.0)	2 (25.0)	5 (62.5)
ดี	4 (50.0)	4 (50.0)	3 (37.5)
ปานกลาง	-	2 (25.0)	-
ไม่ค่อยดี	-	-	-
ไม่ดี	-	-	-
รวม	8 (100.0)	8 (100.0)	8 (100.0)

สถานการณ์ของตลาดพันธุ์ดอกไม้มีผู้ตอบคำถามน้อยคือ เพียง 2 ราย จาก 8 ราย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-6 สถานการณ์ของพันธุ์ไม้จะเหมือนกับดอกไม้ทุกประการคือ มีตลาดดีในปี พ.ศ. 2539 และลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2540 และคาดว่าสถานการณ์ตลาดพันธุ์ไม้ในปี พ.ศ. 2541 จะดีขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2539

ตารางที่ 4-6 สถานการณ์ของตลาดพันธุ์ไม้

ราคาดอกไม้	สถานการณ์		
	ปีที่แล้ว (2539) จำนวน (%)	ปีนี้ (2540) จำนวน (%)	ปีหน้า (2541) จำนวน (%)
ดีมาก	1 (12.5)	-	1 (12.5)
ดี	-	1 (12.5)	1 (12.5)
ปานกลาง	1 (12.5)	1 (12.5)	-
ไม่ค่อยดี	-	-	-
ไม่ตอบ	6 (75.0)	6 (75.0)	6 (75.0)
รวม	8 (100.0)	8 (100.0)	8 (100.0)

4.6 เงินลงทุนเริ่มต้นไม่รวมค่าที่ดิน

สวนดอกไม้ครึ่งหนึ่ง (50.0%) ใช้เงินลงทุน 10,000 - 50,000 บาท และมีเพียงรายเดียว (12.5%) ที่ลงทุนประมาณ 500,000 บาท ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 4-7

กล่าวโดยย่อ สวนดอกไม้ส่วนมากได้เริ่มต้นจากการเป็นสวนขนาดเล็กมากที่ดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไปคือ 62.5% ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นต่ำกว่า 50,000 บาท ไม่ปรากฏว่ามีสวนขนาดกลางที่มีขนาดการลงทุนเกินกว่า 1 ล้านบาท ในจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 8 ราย

ตารางที่ 4-7 เงินลงทุนเริ่มต้นไม่รวมค่าที่ดิน

จำนวนเงิน	จำนวน (%)
น้อยกว่า 10,000 บาท	1 (12.5)
10,001 - 50,000 บาท	4 (50.0)
50,001 - 100,000 บาท	-
100,001 - 150,000 บาท	1 (12.5)
150,001 - 200,000 บาท	-
200,001 - 500,000 บาท	1 (12.5)
500,001 ขึ้นไป	-
ไม่ตอบ	1 (12.5)
รวม	8 (100.0)

4.7 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

ผู้ตอบคำถามเกือบทั้งหมด ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่ามีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเท่าใด การลงทุนในลักษณะของเรือนเพาะชำและเครื่องจักรอุปกรณ์มีอยู่บ้าง แต่มีมูลค่าน้อยและไม่อาจจะระบุมูลค่าที่แน่นอนได้ มีผู้ตอบคำถามเพียงรายเดียวที่แจ้งให้

ทราบว่ามีการลงทุนสร้างเรือนเพาะชำกล้วยไม้ พื้นที่ประมาณ 40 ตารางเมตร รวมเป็นเงิน 20,000 บาท

4.8 เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน

สวนดอกไม้ส่วนใหญ่ (62.5%) ใช้เงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีเพียงส่วนน้อย (25.0%) ที่ใช้เงินทุนหมุนเวียน 10,000 - 15,000 บาทต่อเดือน และมีเพียงรายเดียว (12.5%) ที่ใช้เงินทุนหมุนเวียน 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน

สวนดอกไม้ส่วนมากเป็นสวนขนาดเล็ก เจ้าของดำเนินการเองภายในครอบครัว ใช้เงินทุนหมุนเวียนต่ำ แต่ถ้ามีการจ้างลูกจ้าง ก็จะมีผลให้ต้องจ่ายเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน

เงินทุนหมุนเวียน	จำนวน (%)
น้อยกว่า 5,000 บาท	5 (62.5)
5,001 - 10,000 บาท	-
10,001 - 15,000 บาท	2 (25.0)
15,001 - 20,000 บาท	1 (12.5)
รวม	8 (100.0)

4.9 จำนวนแรงงานที่ใช้

สวนดอกไม้เกือบทั้งหมด (87.5%) ใช้แรงงาน 1-2 คน มีเพียงรายเดียว (12.5%) ที่ใช้แรงงาน 5 คน

ผู้ปลูกดอกไม้อธิบายว่า แรงงานหลักส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลในครอบครัว หากจะต้องการจ้างงานภายนอก เช่น การถางหญ้า งานขกร่อง เป็นต้น ก็จะใช้การจ้างแรงงานภายนอกเป็นครั้งคราวไป

4.10 วิธีการตั้งราคาขายดอกไม้

วิธีการตั้งราคาขาย จะอาศัยแนวความคิดบางอย่างหรือหลายอย่างประกอบกัน ในการกำหนดราคาขายดอกไม้ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-9

การตั้งราคาดอกไม้ส่วนมาก (62.5%) จะจัดดอกไม้เป็นเกรดต่างๆ ตามคุณภาพ เช่น ดอกกุหลาบอาจจะดูจากความยาวของก้านดอก และตั้งราคาสูงสำหรับดอกไม้ที่มีคุณภาพดีตามลำดับ และจะดูเกณฑ์อื่นๆ ประกอบไปด้วย เช่น ต้องอิงราคาตลาด (25.0%) และบางครั้งโดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ จะต้องตั้งราคาตามพันธุ์ดอกไม้ตามความนิยม (25.0%) อีกด้วย

ตารางที่ 4-9 แนวความคิดในการกำหนดราคาขายดอกไม้

แนวความคิด	จำนวน (%)
แบ่งราคาเป็นเกรดตามคุณภาพ (ก้าน)	5 (62.5)
แบ่งตามพันธุ์ของดอกไม้	1 (12.5)
อิงราคาตลาด	2 (25.0)
ไม่ชัดเจน	2 (25.0)
รวม	8 (100.0)

4.11 กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของสวนดอกไม้มี 5 ประเภท คือร้านค้าดอกไม้ แผงลอยขายดอกไม้ ลูกค้ารายย่อย โรงแรม และร้านอาหาร โดยมีอัตราส่วนดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-10

กลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้า แผงลอย และลูกค้ารายย่อย มีเท่าๆ กัน คือ สวนดอกไม้ส่วนมาก (50.0%) มีกลุ่มลูกค้าชนิดนี้ มีรายเคียวที่มีลูกค้าประจำเป็นโรงแรม (12.5%) และร้านอาหาร (12.5%)

ตารางที่ 4-10 กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	จำนวน (%)
ร้านค้า	4 (50.0)
แผงลอย	4 (50.0)
ลูกค้ารายย่อย	4 (50.0)
โรงแรม	1 (12.5)
ร้านอาหาร	1 (12.5)
รวม	8 (100.0)

4.12 ช่องทางการจำหน่าย

ก. วิธีการส่งดอกไม้

ในการศึกษาช่องทางการจำหน่าย สิ่งที่ศึกษาในขั้นแรกคือวิธีการส่งดอกไม้ สวนส่วนใหญ่ (62.5%) มีภาระคือนำดอกไม้ไปส่งแก่ลูกค้า มีเพียงส่วนน้อย (37.5%) ที่มีลูกค้ามารับดอกไม้ถึงสวน

ข. การจ่ายเงินในการขายตรง

ในการขายตรงที่มีการพบปะโดยตรงระหว่างฝ่ายสวนดอกไม้และฝ่ายลูกค้า สวนดอกไม้ส่วนใหญ่ (62.5%) จะขายเป็นเงินสดเท่านั้น ส่วนน้อย (37.5%) จะขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อปะปนกันไป

ค. การจ่ายเงินในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์

การขายอีกแบบหนึ่ง คือการที่ลูกค้าโทรศัพท์มาสั่งซื้อดอกไม้จากสวน แล้วลูกค้ามารับดอกไม้ หรือทางสวนจะไปส่งให้ ทั้งนี้แล้วแต่ตกลงกัน มีสวนจำนวน 4 ราย (50.0%) มีการรับสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ทางสวนจะรับเฉพาะเงินสดเท่านั้น ไม่มีการจำหน่ายแบบเงินเชื่อ

4.13 ภาวะของการแข่งขัน

ภาพของการแข่งขันเห็นได้ไม่ชัดเจน มีผู้ตอบกระจายตั้งแต่มีมากจนถึงไม่มี โดยเฉลี่ยคือมีการแข่งขันปานกลาง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.11

สวนดอกไม้ 2 แห่ง (25.0%) ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคู่แข่งของสวนดอกไม้ในท้องถิ่นภาคใหญ่-สงขลา คือ ดอกไม้ที่มีผู้สั่งเข้ามาจากภาคเหนือ

ตารางที่ 4-11 ภาวะของการแข่งขัน

ภาวะของการแข่งขัน	จำนวน (%)
การแข่งขันมีมาก	1 (12.5)
การแข่งขันมีค่อนข้างมาก	1 (12.5)
การแข่งขันมีปานกลาง	2 (25.0)
การแข่งขันมีน้อย	1 (12.5)
ไม่มีการแข่งขัน	1 (12.5)
ไม่ตอบ	2 (25.0)

4.14 การส่งเสริมการขาย

สวนดอกไม้ส่วนใหญ่ (62.5%) มีการส่งเสริมการขายในลักษณะของการให้ส่วนลดควบคู่ไปกับการแถมดอกไม้

4.15 ข้อจำกัดและปัญหา

ในการรับฟังปัญหาของสวนดอกไม้ ได้ข้อสรุปดังต่อไปนี้

ก. ปัญหาเกี่ยวกับดอกไม้

สวนดอกไม้ส่วนใหญ่ (62.5%) มีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพดอกไม้ยังไม่ดีเป็นที่พอใจ ยกตัวอย่างเช่น ดอกกุหลาบมีก้านสั้น ต้องการให้มีก้านยาวขึ้น ดอกเล็ก ดอกบานง่ายและไม่ทน

ข. ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตดอกไม้

สวนดอกไม้ทุกแห่ง (100.0%) มีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตดอกไม้ คือ ผลิตดอกไม้ได้ปริมาณน้อย ไม่พอกับความต้องการของลูกค้า และการผลิตยังขึ้นอยู่กับฤดูกาล ไม่สามารถทำให้ดอกไม้ออกดอก โดยไม่ขึ้นกับฤดูกาล

ค. ปัญหาเกี่ยวกับราคาขาย

สวนดอกไม้บางส่วน (37.5%) ตอบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับราคาขายของดอกไม้ ซึ่งไม่ได้ราคาสูงเท่าที่ควร เนื่องจากคุณภาพยังไม่สูงเท่าที่ต้องการ และจะต้องมีการแข่งขันในการตั้งราคากับดอกไม้ที่มีผู้ส่งมาจำหน่ายจากภาคเหนือของประเทศไทย

4.16 ข้อสรุป

สำรวจโดยการกรอกแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ผลิตดอกไม้ หรือสวนดอกไม้ในบริเวณภาคใหญ่-สงขลา ได้ประสบอุปสรรคคือ ได้รับความร่วมมือตอบคำถามจากสวนดอกไม้เพียง 8 แห่ง (40%) จากทั้งหมดประมาณ 20 สวน

จากข้อมูลเท่าที่ได้รับ ดังที่ได้นำเสนอไว้ในบทนี้ จะช่วยให้เห็นลักษณะของการผลิตดอกไม้ เมื่อมองจากแง่มุมของผู้ปลูกดอกไม้ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการรวบรวมบันทึกไว้ให้เป็นหลักฐาน ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการพัฒนาการปลูกดอกไม้ในภาคใหญ่-สงขลา ให้มีมากเพียงพอต่อความต้องการในท้องถิ่น และหาแนวทางพัฒนาคุณภาพของดอกไม้ต่อไป

บทที่ 5

ผลการวิจัย : พฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้

ในด้านการตลาดสินค้าใดๆ รวมทั้งดอกไม้ ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะเป็นปัจจัยซึ่งถือกันว่ามีอิทธิพลสูงสุดในการตลาดสมัยใหม่ ในการศึกษาเรื่องธุรกิจดอกไม้ในบริเวณสงขลา-หาดใหญ่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้มาประกอบให้การศึกษาที่มีความสมบูรณ์ขึ้น

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ซื้อดอกไม้จำนวน 344 คน คำตอบนี้ได้นำมาแสดงและวิเคราะห์ในบทนี้

5.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ซื้อดอกไม้

5.1.1 เพศ

ผู้ซื้อดอกไม้ที่ตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 344 คน แบ่งเป็นเพศชาย 115 คน (33.4%) หญิง 229 คน (66.6%)

5.1.2 อายุ

การกระจายของอายุมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 5-1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อดอกไม้ส่วนใหญ่ (31%) อยู่ในกลุ่มอายุ 20-25 ปี และเกือบ 2 ใน 3 (หรือ 65.7%) จะเป็นคนอายุไม่เกิน 30 ปี เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ซื้อดอกไม้ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี จะมีสัดส่วนน้อยมาก คือ 6.7% เท่านั้น

ตารางที่ 5-1 อายุของผู้ซื้อดอกไม้

อายุ	จำนวน (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	48 (13.9)
20 - 25 ปี	109 (65.70)
26 - 30 ปี	69 (20.1)
31 - 35 ปี	55 (16.0)
36 - 40 ปี	40 (11.6)
มากกว่า 40 ปี	23 (6.7)
รวม	344 (100)

5.1.3 อาชีพ

เป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มอาชีพของผู้ซื้อดอกไม้ส่วนมาก คือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (37.5%) รองลงมาคือ ข้าราชการ (27.9%) ถัดไปคือ พนักงานในบริษัทห้างร้านเอกชน (15.7%) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-2

การที่นักเรียน/นักศึกษาเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด น่าจะสะท้อนถึงภาพของเมืองหาดใหญ่-สงขลา ที่มีลักษณะเป็นเมืองศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ และมีประชากรนักเรียน/นักศึกษายู่เป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 5-2 อาชีพของผู้ซื้อดอกไม้

อาชีพ	จำนวน (%)
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	29 (8.4)
นักเรียน/นักศึกษา	129 (37.5)
ข้าราชการ	96 (27.9)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27 (7.8)
พนักงานบริษัท ห้างร้าน (เอกชน)	54 (15.7)
อื่นๆ	9 (2.6)
รวม	344 (100)

5.1.4 รายได้ต่อเดือน

ผู้ซื้อดอกไม้ส่วนใหญ่ (31.4%) มีรายได้ต่อเดือน 2,001-5,000 บาท รองลงมา (28.2%) มีรายได้ต่อเดือน 5,001-9,000 บาท ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-3

ตารางที่ 5-3 รายได้ต่อเดือนของผู้ซื้อดอกไม้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (%)
ต่ำกว่า 2,000 บาท	41 (11.92)
2,001-5,000 บาท	108 (31.40)
5,001-9,000 บาท	97 (28.20)
9,001-12,000 บาท	48 (13.95)
12,001-15,000 บาท	32 (09.30)
มากกว่า 15,000 บาท	18 (5.23)
รวม	344 (100)

5.2 พฤติกรรมผู้ซื้อดอกไม้

5.2.1 ร้านค้าหรือแผงลอยที่นิยมซื้อดอกไม้มากที่สุด

จากการขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนเสนอชื่อร้านค้าหรือแผงลอยที่ตนนิยมซื้อดอกไม้มากที่สุด ได้พบคำตอบดังแสดงไว้ในตารางที่ 5-4 ร้านค้าหรือแผงลอยที่ได้รับความนิยมอยู่ในลำดับต้นๆ คือมีผู้เสนอชื่อมากกว่า 3% ขึ้นไปมี ดังนี้ แผงลอยตลาดกิมหยง (หาดใหญ่) มีผู้นิยมสูงสุดคือ 21.4% รองลงมาคือ แผงลอยตลาดสด (หาดใหญ่) มีผู้นิยม 15.1% ร้านค้าที่มีผู้นิยมสูงสุดเรียงลำดับลงมาคือ บ้านดอกไม้ (12.4%) โยชะกา (5.9%) ปาริชาติ (3.9%) ที่เหลือเป็นร้านค้าและแผงลอยรายย่อยๆ

ตารางที่ 5-4 ร้านหรือแผงลอยที่นิยมซื้อดอกไม้มากที่สุด

ที่	ร้านหรือแผงลอย	จำนวน (%)
1	แผงลอยตลาดกิมหยง	109 (21.4)
2	แผงลอยตลาดสด	77 (15.1)
3	บ้านดอกไม้	63 (12.4)
4	โยทะกา	30 (5.9)
5	แคทลียา	30 (5.9)
6	ปาริชาติ	20 (3.9)
7	ชวนชม	19 (3.7)
8	สงขลาดอกไม้	14 (2.8)
9	พิมพ์ศกา	12 (2.4)
10	แผงลอยตลาดหาคใหญ่ใน	12 (2.4)
11	แผงลอยในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (โรงช้าง)	12 (2.4)
12	แผงลอยตลาดทรัพย์สิน (สงขลา)	11 (2.2)
13	มัลลิกา	7 (1.4)
14	มะลิวัลย์	6 (1.2)
15	ช่อศกาฟลอริสค์	6 (1.2)
16	ศรีสุมาลัย	6 (1.2)
17	แผงลอยตลาดไถ่ไต้	5 (1.0)
18	กรกช	5 (1.0)
19	พฤษชาติ	5 (1.0)
20	ช่อดอกไม้	5 (1.0)
21	จรรยา	4 (0.8)
22	พรใจ	4 (0.8)
23	อื่นๆ (รายชื่อ)	47 (9.2)
รวม		509 (100)

5.2.2 ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อดอกไม้ในหนึ่งปี

จากการศึกษาความถี่ของการกระจายของคำตอบ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5-5 พบว่าผู้บริโภคนแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นผู้ซื้อดอกไม้มานานๆ ครั้ง คือซื้อปีละ 1-5 ครั้ง (47.4%) รองลงมาคือ 6-10 ครั้ง (19.2%) กลุ่มที่สองเป็นผู้ซื้อดอกไม้บ่อยครั้ง คือ ซื้อมากกว่า 20 ครั้งต่อปี (15.7%) การที่ผู้บริโภคนแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม จะสังเกตได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 5-5 ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อดอกไม้ในหนึ่งปี

ความถี่	จำนวน (%)
1-5 ครั้ง	163 (47.4)
6-10 ครั้ง	66 (19.2)
11-15 ครั้ง	34 (9.9)
16-20 ครั้ง	27 (7.8)
มากกว่า 20 ครั้ง	54 (15.7)
รวม	344 (100)

5.2.3 เหตุผลที่ทำให้นิยมซื้อจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ

ผู้ตอบแต่ละคนสามารถเสนอคำตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ จากคำตอบเหล่านี้ ทำให้ทราบว่าเหตุผลสำคัญที่สุดคือการมีดอกไม้หลายชนิดให้เลือก รองลงมาคือเป็นเพราะร้านอยู่ใกล้บ้าน ราคาถูก ใกล้ตลาดจะได้ซื้อของอย่างอื่นด้วยและอยู่ใกล้ที่ทำงาน รองลงมาอีกคือ จัดร้านได้สวย และจอดรถสะดวก

เหตุผลอื่นๆ นอกเหนือจากนี้มีผู้ตอบน้อยมาก ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-6 เหตุผลเหล่านี้อาจจะนำมาใช้เป็นประโยชน์ได้ในการเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าหรือแหล่งซื้อขายดอกไม้

ตารางที่ 5-6 เหตุผลที่ทำให้นิยมซื้อจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ

เหตุผลที่ทำให้นิยมซื้อ	จำนวน (%)
มีดอกไม้หลายชนิดให้เลือก	75 (24.5)
อยู่ใกล้บ้าน	53 (17.3)
ราคาถูก	46 (15.0)
สะดวก ใกล้ตลาดและซื้อของอื่นๆ ด้วย	34 (11.1)
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	30 (9.8)
จัดร้านได้สวย	26 (8.5)
จอดรถสะดวก	19 (6.2)
การต้อนรับของเจ้าของร้านดี	12 (3.9)
ส่งซื้อทางโทรศัพท์และส่งถึงบ้าน	8 (2.6)
ซื้อเงินเชื่อได้	2 (0.6)
สามารถต่อรองราคาได้	1 (0.3)
รวม	306 (100)

5.2.4 จำนวนเงินที่ใช้ซื้อดอกไม้ในหนึ่งปี

ผู้บริโภคจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกซึ่งเป็นจำนวนมากเป็นผู้ซื้อแต่น้อย ซึ่งมีความถี่สูงสุดอยู่ที่จำนวนเงินที่ใช้ซื้อดอกไม้ปีละต่ำกว่า 1,000 บาท (58.1%) รองลงมาคือ 1,001-2,000 บาท (26.2) ส่วนกลุ่มที่สองเป็นกลุ่มจำนวนน้อยเป็นผู้ซื้อปีละมากๆ โดยมีความถี่สูงสุดอยู่ที่จำนวนเงินซื้อมากกว่าปีละ 4,000 บาท (4.4%) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-7

ลักษณะที่ผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม สอดคล้องกับข้อสรุปในข้อ 5.2.3

ตารางที่ 5-7 จำนวนเงินที่ใช้ซื้อดอกไม้ในหนึ่งปี

จำนวนเงิน	จำนวน (%)
ต่ำกว่า 1,000 บาท	200 (58.1)
1,001 - 2,000 บาท	90 (26.2)
2,001 - 3,000 บาท	31 (9.0)
3,001 - 4,000 บาท	8 (2.3)
มากกว่า 4,000 บาท	15 (4.4)
รวม	344 (100)

5.2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อดอกไม้จากร้านค้าหรือแผงลอย

ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับต้น คือการมีดอกไม้หลากหลายชนิดให้เลือก (20.4%) ราคาเหมาะสม (18.7%) และสถานที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (14.5%)

ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับรอง คือความเป็นกันเองของผู้ขาย (11.8%) สามารถต่อรองราคาได้ (9.9%) ที่จอดรถสะดวก (9.1%) การจัดตกแต่งร้านแลดูดี มีคนรู้จักแนะนำให้ไปซื้อ (6.6%) ปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากนี้มีความสำคัญน้อยมาก ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-8

ตารางที่ 5-8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อดอกไม้จากร้านค้าหรือแผงลอย

ปัจจัย	จำนวน (%)
การมีดอกไม้หลากหลายชนิดให้เลือก	206 (20.4)
ราคาเหมาะสม	188 (18.7)
สถานที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	146 (14.5)
ความเป็นกันเองของผู้ขาย	119 (11.8)
สามารถต่อรองราคาได้	100 (9.9)
ที่จอดรถสะดวก	92 (9.1)
การจัดตกแต่งร้านดูดี	80 (7.9)
มีความรู้คำแนะนำให้ไปซื้อ	67 (6.6)
ไปตามคำโฆษณาชักชวน	7 (0.6)
อื่นๆ	3 (0.3)
รวม	1,008 (100)

5.2.6 ดอกไม้ที่ชื่นชอบ

ดอกไม้ที่มีผู้ชอบซื้อมากที่สุด (38.9%) เหนือกว่าดอกไม้อื่นอย่างชัดเจน คือดอกกุหลาบ รองลงมาคือกล้วยไม้ (13.7%) และคาร์เนชั่น (12.9%) ดอกไม้สามชนิดนี้รวมกันได้รับความนิยมเกือบ 2 ใน 3 ของผู้ที่ตอบ (65.5%) ในลำดับรองลงไปคือลิลลี่ (6.3%) บัวหลวง (4.9%) ฟิร็อก (4.6%) ปอม (4.0%) เบญจมาศ (3.1%) รองลงไปจากนี้เป็นดอกไม้ที่มีสัดส่วนที่มีผู้ชอบซื้อ น้อยกว่า 3.0% ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-9

ตารางที่ 5-9 ดอกไม้ที่ชอบซื้อ

ชนิด	จำนวน (%)
ดอกกุหลาบ	136 (38.9)
กล้วยไม้	48 (13.7)
คาร์เนชั่น	45 (12.9)
ลิลลี่	22 (6.3)
บัวหลวง	17 (4.9)
ฟิร็อก	16 (4.6)
ปอม	14 (4.0)
เบญจมาศ	11 (3.1)
ทิวลิป	9 (2.6)
เขอบีร่า	8 (2.3)
ดาวเรือง	7 (2.0)
อื่นๆ	17 (4.9)
รวม	350 (100)

5.2.7 เหตุผลในการเลือกชนิดดอกไม้ที่จะซื้อ

เหตุผลสำคัญที่สุดที่เหนือกว่าเหตุผลอื่นคือ ความสวยงาม (40.2%) ส่วนเหตุผลรองลงมาคือ ทนทานเก็บไว้ได้นาน (16.9%) ซื้อเพราะชอบ (15.3%) เหมาะแก่การบูชาพระ (14.2%) ใช้ได้ทุกโอกาส (8.2%) ส่วนเหตุผลย่อยๆ อื่นๆ มีน้อย (5.0%) รายละเอียดคนแสดงไว้ในตารางที่ 5-10

ตารางที่ 5-10 เหตุผลในการเลือกชนิดดอกไม้ที่ซื้อ

ปัจจัย	จำนวน (%)
สวยงาม	88 (40.2)
ทนทานเก็บไว้ได้นาน	37 (16.9)
ซื้อเพราะชอบ	34 (15.5)
เหมาะแก่การนำไปบูชาพระ	31 (14.2)
ใช้ได้ทุกโอกาส	18 (8.2)
อื่นๆ	11 (5.0)
รวม	219 (100)

5.2.8 ข้อเสนอแนะในฐานะผู้ซื้อดอกไม้

ข้อเสนอแนะมีหลากหลาย จึงนำมาจัดหมวดหมู่เป็น 3 กลุ่ม คือด้านความสวยงาม (44.8%) ด้านวิชาการ (37.9%) และด้านราคา (17.2%) ดังรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5-11

ข้อเสนอแนะหลักที่มีผู้เสนอมามาก คือร้านควรตกแต่งให้ดูดีและดึงดูดใจลูกค้า (24.1%) ร้านควรมีดอกไม้ให้เลือกมากขึ้น (13.8%) ราคาดอกไม้ชนิดเดียวกันในร้านไม่ควรแพงกว่าในแผงลอยมากนัก (10.3%) ข้อเสนอแนะอื่นนอกจากนี้มีความหลากหลายและมีความถี่ของการเสนอคำคือแต่ละข้อไม่เกิน 7.0%

ข้อเสนอแนะเหล่านี้แม้ว่าจะมีความหลากหลาย แต่ก็ยังเป็นข้อเสนอที่น่าสนใจที่ร้านค้าน่าจะรับฟังไว้ประกอบในการพิจารณาปรับปรุงร้าน

ตารางที่ 5-11 ข้อเสนอแนะในฐานะผู้ซื้อดอกไม้

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (%)
ด้านความสวยงาม	
- ร้านควรตกแต่งร้านให้ดูดีและดึงดูดใจลูกค้า	7 (24.1)
- ร้านควรมีดอกไม้ให้เลือกมากขึ้น	4 (13.8)
- ร้านควรแสดงชิ้นงานการจัดดอกไม้ให้เห็นอย่างชัดเจน	2 (6.9)
รวม	13 (44.8)
ข้อเสนอแนะ	จำนวน (%)
ด้านวิชาการ	
- ร้านควรแนะนำดอกไม้ต่างๆ แก่ลูกค้า	2 (6.9)
- เจ้าของร้านควรมีความรู้เกี่ยวกับดอกไม้ให้มากขึ้น	2 (6.9)
- ควรแนะนำวิธีการจัดดอกไม้ในเทศกาลต่างๆ	2 (6.9)
- ควรแนะนำลูกค้าเรื่องการรักษาคุณภาพดอกไม้ให้คงทน	2 (6.9)
- ควรมีอุปกรณ์ใช้จัดดอกไม้ การ์ดอวยพร และอุปกรณ์รักษาดอกไม้ไว้จำหน่ายด้วย	1 (3.4)
- ควรมีบริการจัดดอกไม้ฟรี	1 (3.4)
- ควรหลีกเลี่ยงการขายดอกไม้ที่ปนเปื้อนสารพิษ	1 (3.4)
รวม	11 (37.9)
ข้อเสนอแนะ	จำนวน (%)
ด้านราคา	
- ราคาดอกไม้ชนิดเดียวกันในร้านค้าไม้ควรแพงกว่าแผงลอยมากนัก	3 (10.3)
- ไม้ควรขึ้นราคาในช่วงเทศกาลมากเกินไป	1 (3.4)
- ควรสนับสนุนดอกไม้ไทยมากขึ้น เพราะราคาถูกกว่าดอกไม้จากต่างประเทศ	1 (3.4)
รวม	5 (17.2)

5.2.9 ข้อสรุป

ในบทนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา ได้พบข้อมูลและข่าวสารดังที่แสดงไว้แล้ว ข้อมูลเหล่านี้จัดว่าเป็นข้อมูลที่ได้มีการศึกษาและรวบรวมไว้เป็นครั้งแรก และข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนทางธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจดอกไม้ ไม่ว่าจะเป็นการปลูก การค้า และการพัฒนาความรู้ด้านการจัดดอกไม้ในท้องถิ่น และในการปรับปรุงร้านค้าให้ตรงกับ ความนิยมของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บทที่ 6

ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อสรุป

จากการศึกษาร้านขายดอกไม้ แผลงลอย และสวนดอกไม้ในภาคใหญ่-สงขลา ซึ่งนับได้ว่าเป็นการศึกษาด้านผู้ประกอบการหรือผู้ขายดอกไม้ และการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้อีกด้านหนึ่ง สามารถนำไปสู่ข้อสรุปดังต่อไปนี้

6.1.1 ข้อสรุปจากการศึกษาร้านขายดอกไม้

- (1) ร้านขายดอกไม้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือประเภทร้านค้าที่มีที่ตั้งแน่นอน ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์และประเภทแผลงลอย ซึ่งจะกระจุกตัวอยู่ด้วยกันในเขตชุมชนที่มีที่ตั้งไม่ค่อแน่นอน
- (2) ร้านค้าที่จำหน่ายดอกไม้แต่ละร้านใช้เงินลงทุนเริ่มต้นโดยเฉลี่ย 290,000 บาท และแต่ละร้านใช้เงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ย 35,000 บาท/เดือน ในขณะที่แผลงลอยใช้เงินทุนเริ่มต้นโดยเฉลี่ยเฉลี่ย 9,600 บาท และใช้เงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยเฉลี่ย 11,000 บาท/เดือน
- (3) สินค้าหลักคือดอกไม้สด โดยมีดอกไม้แห้งและดอกไม้ประดิษฐ์เป็นสินค้าเสริม
- (4) ร้านค้าประมาณครึ่งหนึ่งมีสถานที่เป็นของตนเอง และครึ่งหนึ่งเช่าสถานที่ประกอบการ ส่วนแผลงลอยทั้งหมดต้องเช่าที่ประกอบการ
- (5) กลุ่มลูกค้า ผู้ซื้อดอกไม้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อย
- (6) ร้านค้ามีแหล่งที่มาของดอกไม้ส่วนใหญ่จากประเทศมาเลเซีย รองลงมาคือภาคเหนือและส่วนในภาคใหญ่ ส่วนแผลงลอยมีแหล่งดอกไม้ส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซีย รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร และภาคเหนือ
- (7) ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการมีผลเป็นอย่างมากต่อยอดขายของแผลงลอย แต่มีผลปานกลางต่อยอดขายของร้านค้าที่ขายดอกไม้
- (8) ทั้งร้านค้าและแผลงลอย มีความเห็นว่าภาวะการแข่งขันในปัจจุบันมีมากและการแข่งขันในอนาคตก็จะมีมากเช่นกัน

- (9) ผู้ประกอบการร้านค้าและแผงลอยจำหน่ายดอกไม้ เห็นว่าปัญหาหลักของการค้าปลีก คือ ปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า นั่นคือดอกไม้ เช่น ดอกไม้ที่รับมาขายมีคุณภาพต่ำ เพราะมีดอกไม้กลีบนิ่มขาด กลีบขำ ก้านหัก หรือดอกไม้ไม่สด ปะปนมามาก ดอกไม้เสื่อมคุณภาพอย่างรวดเร็ว และราคาไม่แน่นอน

6.1.2 ข้อเสนอการศึกษาสวนดอกไม้

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า

- (1) บริเวณหาดใหญ่-สงขลา มีความต้องการดอกไม้สูง แต่มีการปลูกดอกไม้น้อยจนต้องมีการนำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย กรุงเทพมหานคร และภาคเหนือ
- (2) ผู้ประกอบการสวนดอกไม้ส่วนใหญ่ไม่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่ควร ผู้ที่ให้ความร่วมมือมักจะเป็นสวนขนาดเล็กหรือผู้ผลิตรายย่อย ไม่ใช่ผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งอยู่ในวงการมานาน
- (3) สวนดอกไม้เกือบทั้งหมด เป็นสวนที่ใช้เทคโนโลยีน้อย
- (4) สถานที่ตั้งของสวนดอกไม้ในหาดใหญ่-สงขลา จะถูกกำหนดด้วยปัจจัยหลักคือ การมีแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูก การมีไฟฟ้าเพื่อการเปิดไฟฟ้านำการออกดอก การมีถนนและทางคมนาคมที่สะดวก ส่วนใหญ่จะมีเนื้อที่เพาะปลูก 1-5 ไร่ ซึ่งจัดว่าเป็นสวนขนาดเล็ก
- (5) ดอกไม้ที่นิยมปลูกกันมากที่สุด คือกุหลาบ รองลงมาคือพื้คือก การเลือกชนิดของดอกไม้มีเหตุผลหลักคือ เป็นดอกไม้ที่จำหน่ายได้ง่าย
- (6) ผู้ประกอบการสวนดอกไม้มีความเห็นว่า ในปีพ.ศ. 2539 สถานการณ์ของตลาดดอกไม้จัดว่าดี-ดีมาก ในปี พ.ศ. 2540 สถานการณ์จัดอยู่ในเกณฑ์ดี คือต่ำกว่าเล็กน้อย ส่วนสถานการณ์ในปี พ.ศ. 2541 จะจัดอยู่ในเกณฑ์ดีมาก
- (7) การกำหนดราคาขายดอกไม้นิยมแบ่งเป็นเกรดตามคุณภาพของดอกไม้ กล่าวคือดอกไม้ที่มีคุณภาพดีจะมีราคาค่อนข้างสูงกว่าดอกไม้ชนิดเดียวกันที่มีคุณภาพด้อยกว่า

- (8) สวนส่วนใหญ่มีภาระค้ำดอกไม้ไปส่งลูกค้า มีเพียงจำนวนน้อยที่ลูกค้ามารับดอกไม้เองจากสวน
- (9) ผู้ประกอบการสวนดอกไม้ส่วนใหญ่เห็นว่าการแข่งขันระหว่างสวนดอกไม้ในภาคใหญ่-สงขลา ไม่รุนแรง คืออยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
- (10) ผู้ประกอบการสวนดอกไม้ เสนอปัญหาที่สำคัญ 3 ประเด็น

ประเด็นแรก คุณภาพของดอกไม้ยังไม่ดีเป็นที่น่าพอใจ เช่น ดอกกุหลาบมีก้านสั้น ไม่ตรง ดอกเล็ก ดอกบานง่าย และไม่คงทน

ประเด็นที่สอง กำลังผลิตยังมีน้อย ไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า

6.1.3 ข้อสรุปพฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อดอกไม้ ได้พบข้อสรุปดังนี้

- (1) ผู้ซื้อดอกไม้ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง คือประมาณ 2 ใน 3 ของผู้ซื้อทั้งหมดจะเป็นหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 20-25 ปี อาชีพส่วนใหญ่ คือนักเรียน นักศึกษา รายได้ต่อเดือน 2,001-5,000 บาท ความถี่ในการซื้อส่วนมากปีละ 1-5 ครั้ง ส่วนใหญ่จ่ายเงินซื้อดอกไม้ปีละต่ำกว่า 1,000 บาท/คน สะท้อนให้เห็นว่าการที่เมืองหาดใหญ่-สงขลา เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาส่งผลถึงลักษณะของผู้บริโภคในธุรกิจดอกไม้
- (2) ร้านหรือแหล่งช้อปปิ้งที่นิยมซื้อดอกไม้มากที่สุดในลำดับต้นคือ แผงลอยตลาดกิมหยงในอำเภอหาดใหญ่ และรองลงมาอีกคือร้าน “บ้านดอกไม้”
- (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านที่จะซื้อดอกไม้เป็นประจำ ได้แก่ การมีดอกไม้หลายชนิดให้เลือก ดอกไม้มีราคาเหมาะสม และร้านอยู่ใกล้บ้าน
- (4) ดอกไม้ที่ขายดีในลำดับต้น คือ กุหลาบที่เหนือกว่าดอกไม้อื่นอย่างชัดเจน รองลงมาคือ กกล้วยไม้ และคาร์เนชั่น

- (5) เหตุผลหลักในการเลือกชนิดดอกไม้ที่จะซื้อคือความสวยงาม รองลงมาคือความทนทาน
- (6) ผู้ซื้อดอกไม้มีข้อเสนอแนะที่สำคัญต่อร้านค้าขายดอกไม้ว่า ร้านควรตกแต่งร้านได้ดูดีและดึงดูดใจลูกค้า ควรมีดอกไม้หลายชนิดให้เลือกมากขึ้น และราคาของดอกไม้ในร้านค้าไม่ควรแพงกว่าดอกไม้ในแผงลอยมากเกินไป

6.2 ข้อเสนอแนะ

1. ควรจะมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างสวนดอกไม้ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา เนื่องจากในปัจจุบันนี้ปริมาณของดอกไม้ที่ปลูกยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ และคุณภาพยังต่ำ จนต้องมีการนำเข้ดอกไม้จากมาเลเซีย จากกรุงเทพมหานคร และจากภาคเหนือ และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า สถานการณ์ของธุรกิจขายดอกไม้ในหาดใหญ่-สงขลา มีแนวโน้มที่ดี
2. ควรจะมีความพยายามในการพัฒนาคุณภาพของการจัดดอกไม้ การส่งเสริมความรู้เรื่องดอกไม้ในบริเวณหาดใหญ่-สงขลา เพื่อเสริมบรรยากาศของการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับปี Amazing Thailand
3. ควรจะมีความพยายามจัดหารูปแบบ เพื่อให้เกิดมีสถานที่ท่องเที่ยวๆ ในหาดใหญ่-สงขลา โดยมีดอกไม้ ไม้ดอกและไม้ประดับ เป็นส่วนประกอบ

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. สถิติข้อมูลการผลิตไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญ. ฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับ กองส่งเสริมพืชพันธุ์. 2535.

กันยา เหมพัฒน์. ไม้ดอกไม้ประดับ. ภาควิชาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2535.

จรัส สุวรรณมาลา. “การปฏิบัติการคลังเพื่อการกระจายความเจริญ, การสัมมนาทางวิชาการ ประจำปี 2538 การกระจายความเจริญในประเทศไทย. 4 มีนาคม 2538, 4-8.

คณัช บุญเกียรติ. การปฏิบัติภายหลังการเก็บเกี่ยวดอกไม้. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535.

เทศบาลเมืองหาดใหญ่, แผนพัฒนาประจำปี 2537, ม.ป.ท. 2537.

ธนาคารแห่งประเทศไทย สาขาภาคใต้. ภาวะเศรษฐกิจ จังหวัดสงขลา ปี 2540. ม.ป.ท. : ม.ป.ป.

บรรพต เกียรติชนะบำรุง พุทธิภพ ธนาวุฒิ และสัมฤทธิ์ ถิมพฤษ์เกษม. รายงานเรื่อง ธุรกิจที่น่าสนใจในอำเภอหาดใหญ่ (ร้านขายดอกไม้). สงขลา : ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมอุตสาหกรรม, 2538.

ปิฎฐะ บุณนาค. “ไม้ดอกไม้ประดับในภาคใต้”. ในมณฑล กุลละวณิชย์ (บรรณาธิการ), ไม้ดอกไม้ประดับและแนวคิดในการตกแต่งสถานที่. หน้า 1-5. ม.ป.ท. : ม.ป.ป., 2523.

- สมเพียร เกษมทรัพย์. **การปลูกไม้ดอก**. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2525 .
- สายชล เกตุษา. **เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวของดอกไม้**. ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสารมวลชน , 2531 .
- สืบศักดิ์ นวจินดา. “เทคโนโลยีการผลิตกุหลาบ”. ในณรงค์ โฉมเฉลา (บรรณาธิการ), **เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ**. หน้า 22-26. ม.ป.ท. : สมาคมไม้ประดับแห่งประเทศไทย , 2534 .
- สุนทร ปุณโณทก. **ไม้ดอกไม้ประดับและการตกแต่งสถานที่**. ภาควิชาเกษตรศาสตร์ วิทยาลัยครูฉะเชิงเทรา , 2522.
- สุวิธา พัฒนเกียรติ และพัฒนา สุขประเสริฐ. **เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตร การจัดดอกไม้ตามหลักสากลเบื้องต้น**, ม.ป.ท. : ม.ป.ป., 2537.
- “ร้านขายดอกไม้”. ใน **ชี้ช่องลงทุนทำการค้าขนาดย่อมยอดนิยม 50 ประเภท**. กรุงเทพมหานคร : กองบรรณาธิการ คลังสมอง , ม.ป.ป.
- อภิสิทธิ์ อีสริยานุกูล และจิตรภาพรณ พิทักษ์ . 2526 . **สภาวะตลาดภายในประเทศและตลาด นักท่องเที่ยว**, 104 - 176. ในสัมมนาการปรับปรุงและการพัฒนาอุตสาหกรรมกล้วยไม้ไทย , โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด กรุงเทพมหานคร , 2526.

ภาคผนวก

แบบสอบถามสำหรับร้านขายดอกไม้ / แผลงลอย

1. ชื่อร้าน.....
2. ที่อยู่.....
โทรศัพท์.....
3. ประเภท
 ร้านค้า
 แผลงลอย
4. ถ้าเป็นร้านค้า
 สถานที่เป็นของตนเอง
 เช่าสถานที่
5. เงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับร้านค้า
 น้อยกว่า 100,000 บาท
 100,001 - 200,000 บาท
 200,001 - 300,000 บาท
 300,001 - 400,000 บาท
 400,401 - 500,000 บาท
 มากกว่า 500,000 บาท
6. เงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับแผลงลอย
 น้อยกว่า 5,000 บาท
 5,001 - 10,000 บาท
 10,001 - 15,000 บาท
 15,001 - 20,000 บาท
 มากกว่า 20,000 บาท

7. เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน

- น้อยกว่า 10,000 บาท
- 10,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 30,000 บาท
- 30,001 - 40,000 บาท
- 40,401 - 50,000 บาท
- 50,001 - 100,000 บาท
- มากกว่า 100,000 บาท

8. ประเภทดอกไม้ที่ขาย (ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)

--	--	--

- ดอกไม้สด
- ดอกไม้แห้ง
- ดอกไม้ประดิษฐ์

9. ประเภทดอกไม้ที่ขายดี (เรียงตามลำดับ)

--	--	--

- ดอกไม้สด
- ดอกไม้แห้ง
- ดอกไม้ประดิษฐ์

10. กลุ่มลูกค้า

--	--	--	--	--	--	--

- ลูกค้ารายย่อย หรือบุคคลทั่วไป
- โรงแรม
- สถาบันการศึกษา (โรงเรียน , วิทยาลัย , มหาวิทยาลัย)
- ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- บริษัท/ห้างร้าน
- หน่วยงานราชการ
- อื่นๆ ระบุ.....

11. วิธีซื้อดอกไม้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ซื้อโดยตรงจากสวน
 ซื้อผ่านคนกลาง

--	--

12. แหล่งที่มาของดอกไม้ (ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)

- ภาคเหนือ
 กรุงเทพมหานคร
 นราธิวาส , ชะลา , เบตง
 มาเลเซีย
 สวนในภาคใหญ่
 สวนในต่างอำเภอในสงขลา
 อื่นๆ ระบุ.....

--	--	--	--	--	--	--

13. เงื่อนไขการซื้อดอกไม้

- ซื้อเงินสด
 ซื้อเงินเชื่อ
 ทั้งเงินสดและเงินเชื่อ
 อื่นๆ ระบุ.....

14. จำนวนแรงงานที่ใช้ในบ้าน

- 1 - 3 คน
 4 - 6 คน
 7 - 9 คน
 10 คนขึ้นไป

15. ปริมาณดอกไม้คงเหลือที่ใช้การไม่ได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือน
- 0 - 5%
- 6% - 10%
- 11% - 15%
- 16% - 20%
- มากกว่า 20% ขึ้นไป
16. สาเหตุการที่ทำให้คงเหลือใช้การไม่ได้ คือ
- จัดเก็บไม่ดี
- ซื้อปริมาณมากเกินไป
- คุณภาพของดอกไม้ไม่ดี จึงขายไม่ได้
- อื่นๆ ระบุ.....
17. วิธีการตั้งราคาขาย จะบวกเพิ่มจากราคาซื้อโดยเฉลี่ยประมาณ
- 20% - 25%
- 26% - 30%
- 31% - 35%
- 36% - 40%
- 41% - 45%
- 46% - 50%
- มากกว่า 50% ขึ้นไป
18. วิธีการขาย
- ขายหน้าร้านโดยตรง
- ถูกค้าโทรศัพท์สั่งซื้อ
- ทั้ง 2 วิธี

19. การจ่ายเงินของลูกค้า
- เงินสด
- เงินเชื่อ
- ทั้งเงินสดและเงินเชื่อ
20. การส่งเสริมการขาย
- ไม่มี
- มีการให้ส่วนลด
- มีการแถม
- อื่นๆ ระบุ.....
21. ท่าเลที่ตั้งร้านมีผลต่อยอดขายหรือไม่
- ไม่มี
- มีน้อย
- มีปานกลาง
- มีมาก
- เหตุผล.....
22. ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน
- ไม่มี
- มีน้อย
- มีปานกลาง
- มีมาก
- เหตุผล.....

23. ภาวะการแข่งขันในอนาคต

ไม่มี

มีน้อย

มีปานกลาง

มีมาก

เหตุผล.....

24. ข้อจำกัด/ปัญหา

• ดอกไม้.....

• การจำหน่าย.....

• ราคา.....

• ถูกค้า.....

• อื่นๆ ระบุ.....

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

แบบสอบถามสำหรับสวนดอกไม้

1. ชื่อ.....สกุล.....
2. ที่อยู่ปัจจุบัน.....
โทรศัพท์.....
3. พื้นที่ทำการเพาะปลูก (โดยประมาณ).....ไร่
4. ชื่อดอกไม้ที่ปลูก.....
ขนาด แปลง/ร่อง กว้าง.....เมตร ยาว.....เมตร
5. เหตุผลของการปลูกดอกไม้ชนิดนี้.....
.....
สถานการณ์ของดอกไม้ที่ปลูกจากปีที่แล้ว/ปีนี้/ปีหน้า
6. ปีที่แล้ว.....
7. ปีนี้.....
8. ปีหน้า.....
9. เงินลงทุนในการเริ่มต้น (ไม่รวมราคาที่ดิน).....บาท
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร
10. เรือนเพาะชำ.....บาท/เดือน
11. เครื่องจักรอุปกรณ์.....บาท/เดือน
12. อื่นๆ (ระบุ).....
- เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน**
13. พันธุ์/เมล็ด.....บาท/เดือน
14. กระดาษ.....บาท/เดือน
15. ค่าน้ำค่าไฟ.....บาท/เดือน
16. ค่าเช่าที่อาคาร.....บาท/เดือน
17. เงินเดือนค่าแรง.....บาท/เดือน
18. ดอกเบี้ย.....บาท/เดือน
19. เบ็ดเตล็ด.....บาท/เดือน
20. ขอดขาย.....บาท/เดือน
21. จำนวนแรงงานที่ใช้.....คน

22. วิธีการตั้งราคา.....
23. กลุ่มลูกค้า.....
- ช่องทางการจัดจำหน่าย**
24. มีคนมารับถึงสวน
25. ขายตรง โดย เงินสด เงินเชื่อ
26. ส่งทางโทรศัพท์ โดย เงินสด เงินเชื่อ
27. ภาวะการแข่งขัน.....
28. การส่งเสริมการขาย มี ไม่มี
- ถ้ามี**
29. ให้ส่วนลด
30. แคม
31. ให้ฟรี
- ข้อจำกัด/ปัญหา**
32. ผลิตภัณฑ์.....
33. การผลิต.....
34. การจำหน่าย.....
35. ราคา.....
36. การขาย.....
37. ลูกค้า/ผู้ซื้อ.....
38. กฎหมาย (ถ้ามี).....
39. อื่นๆ (ระบุ).....



แบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อดอกไม้

ข้อมูลเบื้องต้น

1. เพศ
 ชาย
 หญิง

2. อายุ
 ต่ำกว่า 20 ปี
 20 - 25 ปี
 26 - 30 ปี
 31 - 35 ปี
 36 - 40 ปี
 มากกว่า 40 ปี

3. อาชีพ
 แม่บ้าน/พ่อบ้าน
 นักเรียน/นักศึกษา
 ข้าราชการ
 รัฐวิสาหกิจ
 เอกชน
 อื่นๆ.....

4. รายได้/เดือน
 น้อยกว่า 2,000 บาท
 2,001 - 5,000 บาท
 5,001 - 9,000 บาท
 9,001 - 12,000 บาท
 12,001 - 15,000 บาท
 มากกว่า 15,000 บาท

พฤติกรรมกาซื้อ

5. ร้านดอกไม้/แผงลอยที่ท่านนิยมไปซื้อดอกไม้มากที่สุด 3 ร้าน
(เรียงตามลำดับ)

1. เหตุผล

2. เหตุผล

3. เหตุผล

6. ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อดอกไม้ใน 1 ปี

- 1 - 5 ครั้ง
- 6 - 10 ครั้ง
- 11 - 15 ครั้ง
- 16 - 20 ครั้ง
- มากกว่า 20 ครั้ง

7. ท่านจ่ายเงินซื้อดอกไม้โดยเฉลี่ยใน 1 ปี เป็นเงิน

- ต่ำกว่า 1,000 บาท
- 1,001 - 2,000 บาท
- 2,001 - 3,000 บาท
- 3,001 - 4,000 บาท
- มากกว่า 4,000 บาท

8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อดอกไม้จากร้านหรือแผงลอย

(ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

สถานที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

มีคนรู้จักแนะนำ

ความโฆษณา

มีดอกไม้หลากหลายชนิดให้เลือก

ที่จอดรถสะดวก

ราคาเหมาะสม

ความเป็นกันเองของผู้ขาย

ค่ารองราคาได้

การจัดตกแต่งร้านดูดี

อื่นๆ ระบุ.....

9. ถ้าต้องซื้อดอกไม้ ส่วนมากแล้วท่านจะซื้อดอกอะไร

.....เพราะ.....

10. ข้อเสนอแนะทั่วไปต่อธุรกิจร้านดอกไม้ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ซื้อ

.....

.....

.....

.....

.....

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

แผนกขยายขายดอกไม้ในเขตเทศบาลนครเมืองหาดใหญ่

ลำดับที่	ที่ตั้ง	จำนวน (ร้าน)
1	ตลาดกิมฮอง (ข้างตลาด, หน้าโรงหนังกิมฮองเก่า)	20
2	หน้า Diana เก่า	3
3	หน้า โอเคชั่น (สันคิสุข)	1
4	สี่แยกโรงแรม Forida	4
5	ไทยอาคารและทุ่งเสา	5
6	ตลาดกิ่งไฉ้	5
7	ตลาดหาดใหญ่ในเชิงสะพาน	16
8	ตลาดสดด้านข้างและด้านหลัง	7
9	ตลาดหลังสนามกีฬากลาง	2
10	สามแยกคลองเรียน	2
11	โรงช้าง	1
12	ไวคมอ.	1
	รวม	67

แผนกขยายขายดอกไม้ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ลำดับที่	ที่ตั้ง	จำนวน (ร้าน)
1	ตลาดทรัพย์สิน	29
2	สวนเก้าแก้ว	4
3	วชิรา	8
4	เก้าแสน	3
	รวม	44

ชื่อและที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถามร้านขายดอกไม้/แผงลอย

ที่	ชื่อร้าน/แผงลอย	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
1	ร้าน Inter Flora	257/8 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 1 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-239760
2	ร้าน Sunflower	38/3 ถ.ประชาธิปไตย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-351391
3	ร้านกรกช	107 ถ.ศุภสารรังสรรค์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-350239
4	ร้านกระจำสีดา	46/1 ถ.ธรรมบุญวิถี อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-352999
5	ร้านครูอารีย์	78/4 ถ.พลพิชัย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-424721
6	ร้านจรรยา	119/10 ซ.3 ถ.เพชรเกษม ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-365690
7	ร้านช่อดอกไม้	140/5 ซ.4 ถ.แสงศรี อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-238462 , 351421
8	ร้านดอกไม้หัวใจ	123/8 ม.3 ถ.เพชรเกษม ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-236024
9	ร้านนิลพรรณ	ปากซอย 1 ถ.ทะเลหลวง อ.เมือง จ.สงขลา	-
10	ร้านบ้านพิมพ์นก	72/1 ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ซ.4 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-246744 , 238369
11	ร้านบ้านสวนดอกไม้	9/51 ม.5 ถ.กาญจนวนิช คลองเวียน อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-429742 , 01-9599144
12	ร้านบายศรี	หลักกิโลเมตรที่ 10 ถ.กาญจนวนิช ต.วงษ์มาศนครากรุงเทพมหานคร อ.เมือง จ.สงขลา	-
13	ร้านปาริฉัตร	20 คลองเวียน 2 ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-356563
14	ร้านปาริชาติ	224/3 ถ.ศุภสารรังสรรค์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-237036

ที่	ชื่อร้าน/แผงลอย	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
15	ร้านทองชมพู	152-156 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 2 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-230100-4
16	ร้านเทัญผกาพลอริสท์	61/5 ถ.ทิพย์รัตน์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-351497
17	ร้านเทียนดอกไม้	18/2 หอพักหญิงครุณี ถ.รามวิถี ต.บ่อยาง อ.เมือง จ.สงขลา	073-311605
18	ร้านฟลาวเวอร์ซ็อบ	75/165 ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-366641
19	ร้านมะลิวัลย์	121/2 ต.คองหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	01-8745613
20	ร้านมัลลิกา	49/100 ถ.คลองเวียน 1 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-364686
21	ร้านมาลัยพร	136 จุดอนุสรณ์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-238020
22	ร้านโยทะกา	1/1 ถ.คลองเวียน 1 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-238592
23	ร้านรุ่งไพศาล	134 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 2 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	-
24	ร้านลดาวัลย์	116/1 ถ.เพชรเกษม ต.คองหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-364998
25	ร้านศรีสุมาลัยช็อคคิด	224 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 1 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-244035
26	ร้านศรีสุมาลัยช็อคคิด	35/2 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 1 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-232246
27	ร้านสงขลาดอกไม้	1/5 ถ.นาสาร อ.เมือง จ.สงขลา	01-9637653 , 01-8961148

ภาคผนวก

ชื่อและที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับสวนดอกไม้

ที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
1	นายไกรศักดิ์ สุพงษ์	441 ม.5 ต.บ้านพรุ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	-
2	นางสาวขวัญใจ ขางาม	39 ม.6 ต.คลองหรีง อ.นาหม่อม จ.สงขลา	074-381035
3	นางสาวรุ่งทิพย์ จันทร์สุวรรณโณ	5 ถ.หยงสตาร์ ต.บ้านพรุ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-210346
4	นางสุจินต์ โคธาสุวรรณ	34/5 ม.7 ต.คอกหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-210735
5	นางสุรัสวดี ศิระมณี	34/2 ม.7 ต.คอกหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-210668
6	นายจำเริญ ยืนวงศ์สวัสดิ์	บ้านพรุ	074-210075
7	นายบุญฤทธิ์ แสงแก้ว	เชียงใหม่เรียนรักเมืองไทย 6 ม.7 ต.ทุ่งตำเสา อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	-
8	นายประสาน กาลศรี	3/5 ม.7 ต.ทุ่งตำเสา อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	01-9903381